



جامعة اليرموك  
كلية الإعلام  
قسم الصحافة

**مصدقية أخبار القنوات التلفزيونية الأردنية لدى الصحفيين  
الأردنيين: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة**

*The Credibility of Jordanian Television News Among the Members of the  
Jordan Press Association : A Comparative Study Between the  
Governmental and Private Television's Channels*

إعداد  
عبدالخالق عبدالمجيد علي العزام

إشراف  
الأستاذ الدكتور عصام سليمان الموسى

حقل التخصص- الإعلام

2013

## مصادقية أخبار القنوات التلفزيونية الأردنية لدى الصحفيين الأردنيين:

### دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة

إعداد

عبد الخالق عبد المجيد علي العزام

بكالوريوس صحافة وإعلام، جامعة البتراء، 2010 م

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الصحافة والإعلام في جامعة اليرموك، أربد، الأردن

وافق عليها

عصام سليمان موسى ..... رئيساً

أستاذ في الإعلام، جامعة اليرموك

حاتم سليم العلوانة ..... عضواً

أستاذ مشارك في الإعلام، جامعة اليرموك

ابراهيم أحمد أبو عرقوب ..... عضواً

أستاذ مشارك في علم الاجتماع، الجامعة الأردنية

## الإهداء

إلى أرواح شهداء ثورات الربيع العربي في كل مكان، الذين سالت دماؤهم

زكية ليفوح عبقها على درب الحرية،

إلى أمهاتهم الثكالى وآبائهم الصابرين المحتسبين

إلى أبنائهم اليتامى

إليهم جميعا أهدي ثمرة جهدي المتواضع

الباحث

## شكر وتقدير

رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت عليّ وعلى والديّ وأن أعمل صالحاً ترضاه، وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين" (النمل: 19).

الحمد لله أولاً على ما وهب وأعطى، والشكر له على تيسيره لأمرى وتذليله الصعاب أمامي، إنه نعم المولى والصير.

وفي هذا المقام أجد نفسي مدبناً بالشكر الجزيل والموصول لأستاذي الدكتور عصام سليمان موسى، الذي تفضل مشكوراً بقبول الإشراف على هذه الرسالة، ولما قدمه لي من رعاية ومتابعة وتوجيه، مما كان له كبير الأثر في شحذ همتي وعزيمتي لإكمال هذا العمل المتواضع، فجزاه الله عني خير الجزاء. كما أتقدم بالشكر الوافر لنقابة الصحفيين، مؤسسة ومنتسبين، لما قدموه من تسهيلات وتعاون في الحصول على المعلومات والبيانات، وإلى جميع أساتذتي الكرام الأفاضل في كلية الإعلام، وأخص بالذكر الدكتور حاتم علاونة، والدكتور على النجادات، والدكتور "محمد هاشم" السلعوس، لما قدموا من نصح وتوجيه طوال مدة الدراسة فجزاهم الله خيراً. ولا يفوتني أن أقدم جزيل شكري وعرفاني لوالدي الأستاذ الدكتور عبدالمجيد العزام على ما بذله من جهد لمساعدتي في تحليل البيانات الإحصائية. فلكل هؤلاء جزيل الشكر والعرفان، وأسأل الله العزيز أن يسبغ عليهم الصحة والعافية.

الباحث

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	تفويض الجامعة
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الشكر والتقدير
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
ل	الملخص باللغة العربية
م	الملخص باللغة الانجليزية
1-8	الفصل الأول الإطار العام للدراسة
1	المقدمة
5	مشكلة الدراسة
6	اهمية الدراسة
7	اهداف الدراسة
7	اسئلة الدراسة
19-9	الفصل الثاني نشأة وتطور التلفزيون والفضائيات
10	نشأة التلفزيون عالميا
12	التلفزيون والفضائيات في الوطن العربي
13	التلفزيون والفضائيات في الأردن
15	الفضائيات الأردنية الخاصة
46-20	الفصل الثالث الإطار النظري وادبيات الدراسة
20	الأطار النظري
21	نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال
22	نظرية الاستعمالات وتلبية الاحتياجات
24	النظريات الأربع للصحافة
28	مفهوم المصادقية
33	الدراسات السابقة
34	الدراسات المحلية الأردنية
36	الدراسات العربية
42	الدراسات الأجنبية
46	ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة

47-55	الفصل الرابع منهجية الدراسة
47	منهج الدراسة
47	مجتمع وعينة الدراسة
48	أداة جمع البيانات
48	اختبار الصدق والثبات
49	أساليب التحليل الاحصائي
50	حدود الدراسة
50	محددات الدراسة
50	تعريف المصطلحات الإجرائية
56-87	الفصل الخامس نتائج الدراسة ومناقشتها
56	الخصائص الديمغرافية
61	تعرض أفراد العينة لمشاهدة الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة
65	دوافع التعرض للأخبار على القنوات التلفزيونية الأردنية
67	أبعاد مصداقية الأخبار
69	مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية
87	مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية بحسب موضوع الخبر
88-91	الخاتمة
88	النتائج
90	التوصيات
92	المراجع
98	الملاحق

## قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	رقم الجدول
56	الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة	1
61	مدة المشاهدة لأخبار التلفزيون	2
61	عدد نشرات الأخبار التلفزيونية المشاهدة يوميا	3
62	مدى الإهتمام بمتابعة نشرات الأخبار التلفزيونية	4
62	درجة المتابعة لنشرات الأخبار التلفزيونية الحكومية والخاصة	5
63	تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) للعلاقة بين مدى الإعتماد على الأخبار التي تقدمها القناة التلفزيونية وبين مصداقية الأخبار	6
64	اختبار المقارنة المتعدد (LSD) للعلاقة بين مدى الإعتماد على الأخبار التي تقدمها للقناة التلفزيونية وبين مصداقية الأخبار	7
66	دوافع التعرض (النفعية) للأخبار على القنوات التلفزيونية	8
67	دوافع التعرض (الطوقسية) للأخبار على القنوات التلفزيونية	9
68	مدى اتفاق أفراد عينة الدراسة مع أبعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية	10
70	مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية (التلفزيون الأردني و الفضائية الأردنية)	11
71	مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة ( الحديقة ، رؤيا، جوسات، نورميثا، سما الأردن، Seven Stars و A1 Jordan)	12
72	مقارنة بين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والقنوات الخاصة	13
73	تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) للعلاقة بين علاقة القناة بالسلطة وبين مصداقية الأخبار	14
74	تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير العمر وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	15
74	اختبار المقارنة المتعدد (LSD) للعلاقة بين متغير العمر وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	16
75	اختبار (T-Test) يبين العلاقة بين متغير النوع الاجتماعي وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة	17
75	اختبار (T-Test) يبين العلاقة بين متغير الحالة الاجتماعية وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة	18
76	تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير عدد أفراد الأسرة المعالة وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	19
76	اختبار المقارنة المتعدد LSD للعلاقة بين متغير عدد أفراد الأسرة المعالة وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	20
78	تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير معدل الدخل الشهري وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	21
78	اختبار المقارنة المتعدد LSD للعلاقة بين متغير معدل الدخل الشهري وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	22
79	تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير مدة العضوية في النقابة وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	23
80	اختبار المقارنة المتعدد LSD للعلاقة بين متغير مدة العضوية في النقابة وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	24
81	تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير المستوى التعليمي وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	25
82	اختبار المقارنة المتعدد LSD للعلاقة بين متغير المستوى التعليمي وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	26
83	تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير تخصص الدراسة الدقيق وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	27
84	اختبار المقارنة المتعدد LSD للعلاقة بين متغير تخصص الدراسة الدقيق وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	28
85	تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير مجال العمل وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	29
85	اختبار المقارنة المتعدد LSD للعلاقة بين متغير مجال العمل وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة	30
87	العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وموضوع الخبر	31

## الملخص

العزام، عبدالخالق عبدالمجيد علي. "مصادقية اخبار القنوات التلفزيونية الأردنية لدى الصحفيين الأردنيين: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة". رسالة ماجستير بجامعة اليرموك. 2013 (المشرف: ا.د. عصام سليمان موسى)

تهدف هذه الدراسة الاستطلاعية إلى الكشف عن آراء مجتمع الدراسة ، وهم أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين والبالغ عددهم 970 صحفياً وصحفية، إزاء مصداقية القنوات التلفزيونية الأردنية، الحكومية والخاصة، من خلال تغطيتها الإخبارية، وعن علاقه بين عدد من الخصائص الاجتماعية والإقتصادية لأفراد العينة، وبين آرائهم في مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة، إضافة الى التعرف على العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين موضوع الخبر الذي تبثه القناة.

ولأن الدراسة استطلاعية، فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، إضافة الى المنهج المقارن لتحديد أوجه الشبه والاختلاف، واستنباط المقارنة بين فئات العينة المختلفة من جهة وبين القنوات الحكومية والقنوات الخاصة من جهة أخرى. واعتمد الباحث صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات ثم توزيعها على أفراد العينة.

و أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة، هي:

- 1- تُدني مصداقية الأخبار التلفزيونية في كل من القنوات الحكومية والخاصة بشكل عام، إلا أن درجة مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة كانت أعلى من درجة مصداقية نظيراتها في القنوات الحكومية.
- 2- وجود علاقة طردية بين مدى الاعتماد ودرجة مصداقية الأخبار لكل من القنوات الحكومية والخاصة، أي بمعنى تزايد درجة المصداقية مع تزايد مدى الاعتماد.
- 3- وجود علاقة دالة إحصائية بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وموضوع الخبر الذي تبثه القناة التلفزيونية.

الكلمات المفتاحية: مصداقية الأخبار، الصحفيون الأردنيون، القنوات التلفزيونية الأردنية.



**The Credibility of Jordanian Television News Among the Members of  
the Jordan Press Association(JPA) : A Comparative Study Between  
Governmental and Private Television's Channels**

**Abstract**

The aim of this exploratory study to reveal views of the study population, who are members of the JPA and totaling 970 journalists about the credibility of Jordanian television channels, public and private through news coverage, about the relationship between a number of social and economic characteristics of the sample, and between their views on the credibility of the news television in the government and private channels, as well as to identify the relationship between the credibility of television news and the topic of the news broadcast by the channel.

The fact that the study is exploratory, descriptive analytical approach was used, in addition to the comparative approach, to identify similarities and differences, and devise comparison between different sample groups on the one hand and between the governmental and private channels on the other. The researcher developed a questionnaire to collect the required data, which was distributed to respondents.

The most important findings of the study, are:

- 1 – low credibility of television news in both public and private channels in general, but that the credibility of television news in the private channels have higher credibility than their counterparts in government channels.
- 2 – There is a direct correlation between the extent of reliance on the media and the degree of credibility of news in both governmental and private channels, which means that, increasing the degree of credibility with increased reliability.
- 3 – There is a relationship between the credibility of television news and the subject of the news, that is aired by the TV channel.

**Key Words:** the credibility of the news, Jordanian journalists, Jordanian television channels.

## الفصل الاول

### الإطار العام للدراسة

يقدم هذا الفصل الأول إطاراً عاماً للدراسة من حيث أنه يوضح خلفية مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها وأسئلتها.

#### المقدمة:

لم يعد بمقدور وسائل الإعلام في عالمنا المعاصر إخفاء الحقيقة عن المشاهد، إذ أصبح ذلك امراً بالغ الصعوبة بسبب تدفق الأخبار والمعلومات وتنوعها وتخطيها الحدود الجغرافية للدول دون سابق إنذار أو حاجة (لفيزا) مرور، كما أن أزمة المصادقية بالرسالة الإعلامية تجعل جهود المرسل عديمة الجدوى، وقد يحصل على عكس ما يريد من نتائج وأهداف.

وبينت دراسة العزام و خزنة كاتبي(2010) التي أجريت على الجمهور الأردني بهدف الكشف عن أداء وسائل الإعلام الأردنية بشكل عام، أن مصداقية وسائل الإعلام الأردنية في نشر الأخبار كانت بدرجة "متوسطة"، وأن دورها الرقابي على أعمال الحكومة والبرلمان كانت ضعيفة بسبب القيود التي تفرضها الحكومة على حرية وسائل الإعلام في ممارسة نشاطاتها المختلفة.

وأوضحت دراسة العتيبي(2007)، أن مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية أقل من مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة، وأن القنوات التلفزيونية الخاصة تتمتع بدرجة حرية أعلى بكثير من تلك التي تتمتع بها القنوات الحكومية.

ونأتي أهمية موضوع مصداقية الأخبار التلفزيونية كونها تحتل مساحة كبيرة ضمن مشاهدة الجمهور اليومية للتلفاز، وتلقيه لما يبث من رسائل إخبارية، إضافة إلى أن مصداقية الرسالة الإخبارية ذات أهمية كبيرة لدى مشاهدي القنوات التلفزيونية، فالمشاهد لا يزال يبحث عن الحقيقة ليصل إليها فإن لم يجدها في قناة ما تحول إلى قناة أخرى.

وتشكل النشرات الإخبارية مصدراً رئيساً للمشاهدين يطلع من خلالها على تفاصيل ما يجري من أحداث محلية وعالمية، كما تمثل واحدة من الوسائل الأساسية التي تتيح تكوين الانطباعات وتشكيل الاتجاهات، فضلاً على إحداث التأثير في العلاقات الدولية. وتشكل الأخبار جانباً مهماً من عالم الإعلام، كونها تبقى للسبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها في خضم الكم الهائل الذي تتجاذبه وسائل الإعلام بمختلف أشكالها، كما يمثل الخبر عنصراً أساسياً في العملية الإعلامية سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة أو قنوات التلفزة وشبكات البث الفضائي أو

الشبكة العنكبوتية. وقد شهدت صناعة الأخبار وأساليب إعدادها وإخراجها تطوراً كبيراً، وامتد هذا التطور ليشمل كيفية صناعة الخبر وتحريره وقوابله والشكل الذي يصل به إلى المتلقي، وما يفترض فيه من صيغ مهنية وشروط أهمها الموضوعية والحيادية والمصداقية. وقد جعل كل ذلك الأخبار تحتل مكانة أكثر أهمية من ذي قبل عند المتلقي العربي، الأمر الذي وضع مصداقيتها على حجر المحك.

ومع أواخر القرن الماضي، وتحت ضغوط العولمة، والثورة الرقمية، والمنظمات الدولية (مثل اليونسكو)، أخذت الأردن- وكسائر الدول العربية- بالتوجه نحو التعددية الإعلامية (الموسى ، 2010: 100)، حيث يوجد اليوم في الأردن إلى جانب القنوات التلفزيونية الرسمية ما يقرب من عشرين محطة تلفزيونية خاصة، خمسة عشر منها تبث، أو ستقوم بالبث عن طريق المدينة الإعلامية، والخمسة الأخرى تقوم بالبث من خارج المدينة الإعلامية. ونذكر من هذه المحطات الفضائية: رؤيا، وجوسات، والحقيقة الدولية، ونورمينا، وسما الأردن، وغيرها. إضافة لهذه القنوات التلفزيونية، يوجد أيضاً العديد من القنوات الإذاعية الخاصة، و العديد من الصحف المستقلة والحزبية، فضلاً عن المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت. وقد تم إنشاء مدينة إعلامية خاصة عام 2002 لتوفير البث الفضائي لمحطات التلفزة، وتشكيل هيئة حكومية تسمى هيئة الإعلام المرئي والمسموع مهمتها تنظيم عمل القنوات التلفزيونية و الإذاعات الخاصة (www.jcmcr.com/ji)

؛ <http://www.jordan.jo> ؛ <http://www.alghad.com/index.php/article/135674.html>  
(<http://www.tv-arab.net/PHP/index.php5?P=sender&m=all>)

ونظراً لتسارع وتيرة إنشاء قنوات التلفزة وشبكات البث الفضائي، تسارعت وتيرة التنافس بينها على الجمهور الواسع، لما له من دور هام في دعم استمرارية المؤسسة وإعطائها مبرراً للبقاء والبحث عن سبل لتطوير أدائها. ومع تسارع وتيرة التطور التقني الكبير في وسائل نقل الأخبار عبر الفضائيات والصحف الإلكترونية والشبكة العنكبوتية وغيرها، وترافقها مع تطور الأحداث السياسية والإقتصادية وإتساع رقع النزاعات والصراعات، أصبحت الحاجة إلى مهنية نقل الأخبار ملحة، وخاصة أن عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الإتصال الرقمية المعاصرة. وفي غمرة توفر هذا الكم الهائل من مصادر المعلومات، أصبح تعرض مستخدمي وسائل الإعلام يتنامى بسرعة كبيرة، وخاصة للقنوات التلفزيونية، وأصبحت الأخبار أكثر البرامج شعبية، حيث تشير المسوحات التي أعدتها شركة (إبسوس ستات الأردن للأبحاث) في النصف الأخير من عام 2011، بأن نسبة مشاهدة التلفزيون لدى الجمهور الأردني بلغت 93.0%، ونسبة الذين يستمعون إلى محطات الراديو بلغت 67.8%، و نسبة المتابعين للمواقع الإخبارية في الإنترنت بلغت 16.6%، ونسبة مستخدمي الإنترنت بلغت 44.4%، ونسبة الذين يتابعون قراءة الصحف بلغت 25.0%،

([http:// www.lpsos.com/](http://www.lpsos.com/))

ويمكن القول بأن الفضائيات اليوم باتت في مقدمة وسائل الإتصال الجماهيري ومن أبرزها، بوصفها الأقوى والأكثر على نقل الأحداث والمعلومات لحظة وقوعها، والأكثر إقناعاً وتأثيراً على المتلقين، لكونها قد جمعت كافة سمات التلفزيون الذي يتمتع بخصيستي الصوت والصورة، إضافة إلى الفورية التي تقدم المواد الإخبارية في نفس زمن ومكان حدوثها، بصورة لا يمكن أن تصل إليها وسائل الإعلام الأخرى، كما تقدم لنا المشاهد متكاملة للأحداث في صورة تكاد تكون واقعية.

وفي وقت بلغت فيه نسبة الأمية في العالم العربي حوالي 30% ومعظمهم من الإناث، أضافت الفضائيات إلى الصورة المرئية عناصر الحوار والمشاركة والتعمق والتركيز على التفاصيل من قبل الجمهور ومن مختلف بقاع العالم (http://www.akhbaralarab.net/index.php/varieties/31389-2011-01-06-21-27-56). وهذه بالطبع ليست إلا بعض المزايا التي جعلت من القنوات الفضائية في مقدمة وسائل الاتصال. وقد أصبح التلفزيون يؤدي دوراً واضحاً في تكوين الصورة الذهنية (image) عند الأفراد عن الدول والمواقف والأحداث، بل يمكن القول أيضاً أنه يؤثر في الطريقة التي يدرك فيها الناس الأمور والطريقة التي يفكرون بها، وفي سلوكهم نحو العالم الذي يعيشون فيه (تركستاني، 2004: 45).

بناءً على ما سبق، فإن مصداقية نشرات الأخبار تصبح أمراً مهماً جداً في الإعلام. وتعد مصداقية الإعلام أحد العناصر المهمة في تقييم الأداء الإعلامي على مختلف وسائل الإعلام وبالنسبة لكافة الأحداث والقضايا التي تتصدى هذه الوسائل لمعالجتها، كما تعتبر المصداقية من بين أهم العوامل الحاسمة المؤثرة على "قابلية الجمهور لتصديق الرسالة الإعلامية"، فتأثيرات المصداقية ليست علاقة أحادية الجانب من المصدر أو الوسيلة إلى الجمهور، ولكنها "عملية" تتطوي على العديد من الأبعاد المرتبطة بالقائم بالاتصال والوسيلة ذاتها والرسالة الإعلامية، فضلاً عن خصائص الجمهور ومناخ الرأي السائد في المجتمع المعين نحو القضايا العامة والمشكلات البارزة خلال فترة أو فترات زمنية بعينها"، كما تثير مصداقية وسائل الإعلام عدة قضايا ملحة منها "حجم ومستوى الرقابة التي تخضع لها هذه الوسائل وظاهرة التحيز الإعلامي وإشكالية للقيم والمرجعيات الإخبارية، وغيرها من القضايا ذات التأثير على هذه المصداقية" (مصطفى، 2003: 3). ولهذا، لا عجب أن تنتهم هذه المؤسسات الإعلامية بإفتقارها إلى المهلية والحيادية والمصداقية في نقل الخبر (صالح، 2007: 147).

ومنذ خمسينيات القرن الماضي، أكد (هوفلاند و وايس) على أهمية مصداقية المصدر لكونها تمثل المتغير الفاعل والرئيسي في عملية الإقناع وتكريس تأثيرات وسائل الإعلام، وتعديل

اتجاهات الرأي العام نحو القضايا الهامة في المجتمع (Hovland & Wiess, 1951:635-650).

بالمقابل، أكد عدد من الباحثين الغربيين أن السنوات الأخيرة من القرن الماضي شهدت تراجعاً حاداً في مصداقية وسائل الإعلام: من هؤلاء الباحثين، (قونثر)، الذي يشير إلى " أن ثمة قسراً متزايداً من الريبة والشك لدى مجموع الجمهور تجاه وسائل الإعلام، ويعزى ذلك إلى التحيز المسبق لدى الجمهور بشأن الواقع الاجتماعي الذي لا يعكس بدوره رؤى أفراد الجمهور وطموحاتهم" (Gunther, 1992: 149-150). ومن هؤلاء الباحثين أيضاً (جولدفارب) الذي يرى " أن المحررين والناشرين يواجهون جمهوراً نشيطاً ومتشككاً، وأن الفترة الماضية من القرن الحادي والعشرين شهدت تراجعاً حاداً في مصداقية وسائل الإعلام إلى الحد الذي يمكن أن نطلق على هذا التراجع بأزمة المصداقية" (Goldfarb, 2003:1-2). وهذا التراجع في المصداقية تؤكدته نتائج المسوحات التي أجراها (جلسبي) على الجمهور الأمريكي، حيث كشفت عن " وجود تراجع حاد في مصداقية الإعلام لدى الرأي العام الأمريكي، وقد امتد هذا التراجع ليشمل صحفاً وشبكات تلفزيونية ذات مكانة بارزة في المجتمع الأمريكي" (Gillespie, 2004:1-5). وكذلك الأمر بالنسبة للإعلام العربي، حيث أشارت العديد من الدراسات إلى افتقاره للمصداقية بشكل عام (مصطفى، 2003؛ روو، 1989)، ومثل ذلك التلفزيون الأردني أيضاً (العزام وكاتبه، 2010).

وتعود أزمة المصداقية هذه من وجهة نظر بعض الباحثين في الدراسات الإعلامية، أمثال (توماس) إلى عوامل عدة متداخلة، من أبرزها: "علاقة وسائل الإعلام بالنظم والسلطات السياسية، والتحيز في أنماط وأساليب الممارسة المهنية، وخبرات الجمهور مع وسائل الإعلام عبر الزمن، فضلاً عن الغموض المصاحب للتحويلات المجتمعية التي يشهدها المجتمع المعين خلال فترات زمنية قصيرة نسبياً"، إضافة إلى أن " العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والنخب السياسية الحاكمة في دول العالم الثالث، قد أدت إلى تجاهل وسائل الإعلام لمشكلات الجماهير أو طرحها بمستويات أقل من العمق والأمانة" (Thomas, 2004: 1-10).

وإلى جانب ذلك، ركز باحثون آخرون على عوامل أخرى ذات علاقة بالصحفيين أنفسهم، منها: "عدم حساسية الصحفيين وضرورهم وسلوكهم السيء أحياناً، وعدم الدقة والشمول في تغطيتهم للأحداث، وإعتماد الصحفيين بشكل مكثف على المصادر المجهولة، وانتهاك وسائل الإعلام لحق المواطنين في الخصوصية، وعدم حساسية وسائل الإعلام لآراء الجمهور وشكاويهم" (صالح، 2007: 146).

وتعد الموضوعية من بين أهم القيم المهنية للعاملين في الصحافة الإخبارية، وشرط هام جداً من شروط التغطية الإخبارية الجيدة. وقد استخدمت مفردة الموضوعية كثيراً في تعريف معنى

الإعلام ومعنى الخبر، وعدها البعض في المرتبة الثانية على قائمة أهم قضايا الإعلام في العالم بعد حرية الصحافة (ديفلير و روكيتش، 1993: 415). وترتكز الموضوعية في تغطية الأخبار، من وجهة نظر الباحث، على عنصرين أساسيين هما: التجرد ويعني الحياد والتوازن، والآخر هو الإرتكاز على الحقائق التي تعني الإستناد إلى الصدق وطريقة إختيار الأخبار الأكثر ارتباطا بالجمهور. وعلى هذا الأساس فإن الكثير من الممارسات الإعلامية تتناقض مع مفهوم الموضوعية منها : تحريف للمعنى من خلال إختيار بعض التفاصيل التي رغم كونها حقيقة إلا أنها تذكر بسبب ما تقدمه من دعم أو رفض لوجهة نظر معينة، التحيز اللغوي والأخطاء اللغوية كإستخدام مفردات غير ملائمة، أو إستخدام لغة متحيزة كإستخدام مفردات مثل "زعم" بدل "قال" أو "صرح" أو "أكد"، وتقدير الآراء على أنها حقائق والعناوين المضللة أو الصور المتحيزة أو التركيز على الجوانب السلبية فقط.

وفي غياب دراسات متخصصة حول مصداقية الأخبار في الإعلام الأردني ، تسعى الدراسة الحالية إلى رصد دقيق، وتحليل موضوعي للعوامل التي تؤثر في مصداقية الأخبار التي تبثها قنوات التلفزيون المحلية الأردنية، الحكومية منها والخاصة، لدى الصحفيين الأردنيين، كونهم يشكلون القطاع المتخصص في الإعلام، ولذا، فإنهم وبحكم مهنتهم وتخصصهم تكون لديهم قدرة أفضل من غيرهم على تقييم جوانب الإعلام المختلفة، وتشخيص العوامل التي تواجه مصداقية الأخبار التلفزيونية.

#### مشكلة الدراسة:

لقد أصبح لزاما على القنوات التلفزيونية ، العامة والخاصة، إذا ما أرادت النجاح والإستمرار في سوق المنافسة الإعلامية، استقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور، الذي هو بحاجة لمعرفة الأخبار الصادقة، من بين الكم الهائل من الأخبار التي أصبحت متوفرة عبر قنوات كثيرة، ذلك أن للجمهور المستقبل في النهاية هو الذي يدعم وجود وسائل الإعلام، ويعطيها مبررا للبقاء وللبحث عن سبل تقدمها وتطوير أدائها.

وعليه تتحدد مشكلة البحث في التعرف إلى مصداقية الأخبار التلفزيونية المحلية في كل من للقنوات الحكومية والخاصة في الأردن، في ضوء مكونات المصداقية بوصفها أحد العناصر المهمة في الإرتقاء بالأداء الإعلامي، فضلاً عن كونها متغيراً هاماً يتضمن أبعاداً تتعلق بالقائم بالإتصال ومضمون الرسالة الإعلامية وخصائصها، في إطار علاقة الإعلام بالسلطة ومدى

حرية واستقلالية هذه القنوات. وسيتم هذا من خلال إستطلاع رأي عينة ممثلة لأعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين كفئة مهنية متخصصة في الإعلام.

#### أهمية الدراسة:

ونرجع أهمية هذه الدراسة لعدة اعتبارات هي:

أولاً: أهمية المصداقية كونها تمثل المتغير الفاعل الرئيس في عملية الإقناع، وفي تحديد تأثيرات وسائل الإعلام في معارف الجمهور واتجاهاته وسلوكياته، وتعديل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا البارزة في المجتمع، وخاصة في وقتنا الحالي حيث التحولات المتسارعة على الأصعدة السياسية والإقتصادية والإجتماعية والفكرية والثقافية، والتي تنصدي لها وسائل الإعلام في الطرح والتفسير.

ثانياً: أهمية الأخبار التلفزيونية في حياة المشاهد الأردني في عصر العولمة الرقمية الذي أصبح فيه العالم شاشة صغيرة بفضل التطور التقني في وسائل الإعلام (عصر الرقمنة)، وخاصة البث التلفزيوني الذي يحظى بأفضلية لدى المشاهدين وتحديداً في مجال تغطية الأخبار، والمصدر الرئيس لإستقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المختلفة، وفي ظل التدفق المعلوماتي الكبير، والتنافس بين قنوات التلفزة المتعددة للوصول إلى أكبر عدد من المشاهدين.

ثالثاً: إن مجتمع الدراسة يتكون من أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين ، وهم القطاع المخصص في مجال الإعلام، وبحكم مهنتهم وتخصصهم تكون لديهم قدرة أفضل من غيرهم على تقييم جوانب الإعلام المختلفة، وتشخيص العوامل التي تواجه مصداقية الأخبار التلفزيونية، مما يعزل من موضوعية الدراسة في مجال مصداقية وسائل الإعلام.

رابعاً: إن الدراسة الحالية، بما توفره من نتائج وبيانات إحصائية مستقلة في مجال مصداقية القنوات التلفزيونية في الأردن، قد تكون مفيدة لصناع القرار والمخططين الإعلاميين، يمكنهم على أساسها مراجعة مواقفهم وإجراءاتهم كي يوفرُوا المناخ الإيجابي الذي يجعل من وسائل الإعلام شريكاً حقيقياً في عمليات التنمية المتنوعة، وخاصة في ظل الإنفتاح الإقتصادي العالمي وتحولات السوق.

خامساً: غياب الدراسات الإعلامية المتخصصة بموضوع مصداقية وسائل الإعلام الأردني على الصعيد المحلي، وخاصة في مجال تغطية الأخبار.

#### أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة بالتعرف على آراء مجتمع الدراسة المتخصص، وهم أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين، إزاء مصداقية القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة من خلال تغطيتها الإخبارية. ويتفرع عن هذا الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية:
- 1- التعرف إلى مدى اعتماد أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين على القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة في الأردن كمصادر أساسية للحصول على الأخبار والمعلومات الإخبارية حيال الأحداث المختلفة المحلية منها والإقليمية والدولية.
  - 2- الكشف عن العلاقة بين اعتماد أفراد العينة على الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها القنوات التلفزيونية المحلية وبين آرائهم بخصوص مصداقية الأخبار.
  - 3- التعرف إلى أبعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية، وترتيبها وفقاً لأهمية كل بعد من وجهة نظر أفراد العينة.
  - 4- مقارنة المصداقية التي تحظى بها الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية بالمصداقية التي تحظى بها الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة من وجهة نظر أفراد العينة.
  - 5- التعرف إلى العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين موضوع الخبر (سياسي، إقتصادي، رياضي، ثقافي...) الذي تبثه القناة.
  - 6- الكشف عن مدى تأثير علاقة السلطة بالقنوات التلفزيونية المحلية الأردنية على آراء أفراد العينة نحو مصداقية الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها تلك القنوات.
  - 7- الكشف عن العلاقة بين عدد من الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لأفراد العينة وبين آرائهم في مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة.

#### أسئلة الدراسة:

- إن السؤال الرئيس الذي تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عنه هو:
- ما مدى مصداقية الأخبار التي تقدمها القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة الأردنية؟
- وينبثق عن هذا التساؤل الرئيس عدداً من الأسئلة الفرعية، وهي:
- 1- ما مدى تعرض أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين لمشاهدة الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة؟
  - 2- ما القنوات التلفزيونية المحلية الأكثر مشاهدة من قبل أفراد العينة والتي تشكل مصدرهم الأساسي للحصول على الأخبار والمعلومات الإخبارية حيال الأحداث المختلفة المحلية منها والإقليمية والدولية؟
  - 3- هل هناك علاقة بين مدى اعتماد أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين على الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها القنوات التلفزيونية وبين آرائهم بخصوص مصداقية الأخبار؟



- 4- ما الدوافع (النفعية والطقوسية) التي تحت أفراد العينة على مشاهدة القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية منها والخاصة؟
- 5- ما مدى تلبية الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها القنوات التلفزيونية المحلية الأردنية لإشباع الاحتياجات المعرفية لأفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين؟
- 6- ما أبعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين؟
- 7- ما ترتيب أبعاد هذه المصداقية في الأخبار التلفزيونية وفقاً لأهمية كل بعد من وجهة نظر أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين؟
- 8- هل يختلف تقدير أفراد العينة لمصداقية الأخبار التلفزيونية باختلاف نوع القناة، حكومية أو خاصة؟
- 9- هل هناك تأثير لعلاقة السلطة بالقنوات التلفزيونية المحلية الأردنية على آراء أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمه تلك القنوات؟
- 10- هل هناك فروق دالة احصائية في حكم أفراد العينة على مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة تعزى للمتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة؟
- 11- هل يختلف تقدير أفراد العينة لمصداقية الأخبار التلفزيونية باختلاف موضوع الخبر؟

## الفصل الثاني

### نشأة وتطور التلفزيون والفضائيات

#### (عالميا وعربيا وارادنيا)

يشكل التلفزيون الظاهرة العالمية الأهم في نهاية القرن العشرين بمئات الملايين من مشاهديه الذين يخصصون له جزءا كبيرا من أوقاتهم، وتأثيره الكبير في تصرفاتهم الفردية أو الجماعية، ويعتبر من أقوى الوسائل الإعلامية وأهمها شأنًا حيث يعتمد في مخاطبته للجماهير على الكلمة والصوت والصورة والحركة، الأمر الذي يؤدي إلى عرض الأحداث بطريقة مشوقة، وتقديم الثقافة والمعرفة في صورة جذابة مبسطة.

والى جانب كونه وسيلة ترفيهية تنقيفية مريحة، يقوم التلفزيون بتغطية اعلامية كونية مما يجعله وسيلة تقارب وثقافهم بين الشعوب، ويساهم في ترسيخ القيم والتقاليد السائدة في المجتمع أو تغييرها تدريجيا حسب إرادة وإيديولوجية الجهة المرسلة، لذلك فهو أحد أدوات التغيير الاجتماعي. كما انه يشكل السلوكيات عن طريق تقديم قوالب سلوكية جاهزة، يقلدها المشاهد أو يتماهى بها.

وإذا كان التلفزيون مصدرا أساسيا للتنقيف واكتساب المعارف والمعلومات، إلا أن ليس كل ما يبثه هو الحقيقة المجردة المحايدة، فقد تكون هذه المعارف والمعلومات التلفزيونية، في كثير من الاوقات، مودلجة.

بدأت التجارب التي أدت إلى اختراع التلفزيون في أواخر القرن التاسع عشر الميلادي، إلا أن التقدم كان بطيئًا، ولم يتطور كما نعرفه الآن إلا في عشرينيات القرن الماضي، وكان قليل الأهمية في الاتصالات حتى أواخر الأربعينيات، ولكن خلال عقد الخمسينيات أصبح جهازاً شائع الاستخدام في الدول الصناعية، ومنذ ذلك التاريخ، اكتسب التلفزيون أهمية بالغة في معظم الدول الأخرى. وبفضل الثورات التقنية والتكنولوجية- ثورات الأقمار الاصطناعية أو الساتلايت، والكابل ثم للرقمنة التلفزيونية التي سرعت تنامي وتنوعية التلفزيون- أضحي التلفزيون جزءاً لا يتجزأ من حياة الإنسان، وبفضله تحول العالم إلى قرية مرئية.

ويتناول هذا الفصل التعريف بنشأة التلفزيون في العالم والدول العربية والأردن، وكذلك القنوات الفضائية العربية وخاصة في الأردن باعتبارها الوسيط الذي يتزايد التعرض له من الجمهور في الألفية الثالثة.

## - نشأة التلفزيون عالمياً:

نجح العالم الألماني (بول جوثليب نيكوف) في العام 1884م باختراع جهاز مسح يستطيع أن يرسل الصور لمسافات قصيرة، وكان نظامه يعمل آلياً وليس إلكترونياً كما هو الحال الآن، وفي عام 1900م بدأ الفرنسيان (رجنو وفورنير) إجراء تجاربهما على التلفزيون الفرنسي واستطاعا عام 1906م أن ينقلا صورة سلكية متحركة. وفي عام 1923م، نجح العالم الأمريكي الروسي المولد (فلاديمير زوريكين) باختراع آلة التصوير التلفازية المخترعة (الإيكونوسكوب) والتي بواسطتها يمكن تجزئة الصورة الضوئية إلكترونياً ونقلها ليعاد استقبالها وإعادة بنائها. إلا أن ظهور التلفزيون ارتبط بنجاح تجربة العالم البريطاني (جون بيرد) في العام 1924م باختراع أول تلفزيون شبه آلي تم من خلاله نقل صورة باهتة لصليب صغير عن طريق أجهزة تجريبية إلى شاشة معلقة على الحائط، ومن ثم أتبعه بفيلم متحرك وكان ذلك في العام 1926م. واستمر التطوير السريع في التجارب على التلفزيون، حيث نجح أحد الباحثين الأمريكيين في إرسال الصورة من العاصمة الأمريكية واشنطن إلى نيويورك عبر خط سلكي (كابل) وكان ذلك في العام 1927م. في هذه الأثناء تمكن العالم الأمريكي (فيلو فارنورث) من إدخال تحسين جذري على نظام المسح الضوئي ضاعف من وضوح الصور المنقولة تلفزيونياً (<http://www.kuwaitmag.com/index.jsp?inc=5&id=1167&pId>).

وفي العام 1930م قامت شركة (RCA) الأمريكية بأول تجربة علنية للإرسال والاستقبال التلفزيوني في مدينة نيويورك لكن التجربة لم تلق نجاحاً جماهيرياً لعدم وضوح الصورة مقارنة بالصورة التي كانت تشاهد من خلال شاشة السينما. إلا أنه في العام 1935م بدأت شبكة البث الإعلامي الوطنية الأمريكية (NBC) ببث برامجها بطريقة منتظمة من خلال محطة كانت قد أنشأتها في مدينة نيويورك (الحلواني، 2005: 67).

واستمر البث التلفزيوني لشبكة (NBC) إلى أن توقف عام 1939م بسبب الحرب العالمية الثانية، وما أن وضعت الحرب أوزارها في العام 1946م حتى عاد التلفزيون ليستأنف نشاطه من جديد، وبمطلع صيف عام 1947م بدأ إقبال الناس الشديد على شراء أجهزة التلفزيون، وخلال عام 1948م اقترب عدد أجهزة الاستقبال من نصف مليون، كما ارتفع عدد محطات الإرسال التلفزيوني إلى 41 محطة. ومع أوائل الخمسينيات أخذ التلفزيون في الانتشار السريع وخاصة مع عام 1951م بسبب إدخال التجسينات للتقنية عليه وخاصة إدخال الألوان. وشهدت بدايات حقبة الخمسينيات أول استخدام للتلفزيون سياسياً، حينما غطت شركة (CBS) حملات الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 1952م، كما أصبح التنافس يحتد بين شركات التلفزة الأمريكية الثلاث الكبرى (NBC) و (CBS) و (ABC). وبعد حوالي عقدين من

الزمن، وتحديداً في عام 1970م، أصبح عدد المحطات التلفزيونية 372 محطة منها 190 محطة تجارية والباقي كانت محطات تعليمية (حميدي، 2004: 18).

وفي ألمانيا، تم أول بث تلفزيوني عام 1935م، وتمكن التلفزيون الألماني من بث أحداث دورة الألعاب الأولمبية العالمية التي أقيمت في برلين في عام 1936م إلى صالات السينما وقاعات المشاهدة الجماعية في النوادي والفنادق (<http://dj2008.maktoobblog.com/797516>).

أما في بريطانيا، فبدأ أول إرسال تلفزيوني منتظم في عام 1936م حيث أنشأت هيئة الإذاعة البريطانية بي بي سي (BBC) أول تلفزيون خدمة عامة في العالم، واستمر إلى عام 1939م حيث توقف إرسالها بسبب الحرب العالمية الثانية أيضاً، ومن ثم عاد في عام 1945م بعد إنتهاء الحرب (الحسن، 2004: 48).

وفي العام 1939م، تم تدشين الإرسال التلفزيوني في كل من فرنسا واليابان، وفي هذا العام، أيضاً، أطلقت موسكو أول محطة بث تلفزيوني منتظم لتصبح من بين أوائل المحطات التلفزيونية في العالم التي بثت برامجها فضائياً إلى العالم، وكان ذلك بفضل توظيف الإتحاد السوفياتي ريادته في مجال الفضاء في الإرسال عبر الأقمار الاصطناعية.

([http://www.ebtekar.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id](http://www.ebtekar.com/index.php?option=com_content&view=article&id))

وفي الخمسينيات بدأت طفرة في استخدام التلفزيون في الدول الغربية، حيث افتتحت أستراليا أولى محطاتها القومية والتجارية في سيدني وملبورن في عام 1956م، وبدأ البث التلفزيوني الأيرلندي في عام 1961م. وفي الستينيات أصبح تطور التلفزيون أكثر سرعة، وذلك بإدخال التلفزيون الملون إلى الخدمة، ومع ذلك، " ظلت برامج التسلية الشعبية هي الجزء الأساسي من برامج التلفزيون خلال فترة الستينيات، ثم شملت أحداثاً مثل الاجتماعات السياسية، ومراسم تشييع جنازات الشخصيات المهمة، وحفلات الزواج الملكية، مثل ما حدث في عام 1960م بين المرشحين لرئاسة الولايات المتحدة — جون كينيدي وريتشارد نيكسون "

([http://www.ebtekar.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id](http://www.ebtekar.com/index.php?option=com_content&view=article&id))

وأما الصين فلم يدخلها الإرسال التلفزيوني إلا في عام 1958م وبمساعدة تقنية من الإتحاد السوفيتي، ولفترة طويلة إنحصرت البرامج التلفزيونية في محطاتها في الشعارات وخدمة الحزب الحاكم، إلى أن تأثرت بالإنفتاح السياسي والإعلامي الذي فرضته العولمة والثورة الرقمية المعاصرة مع أواخر ثمانينيات القرن العشرين (<http://ar.wikipedia.org/wiki>).

## 2- التلفزيون والفضائيات في الوطن العربي:

بدأ ظهور الإرسال التلفزيوني في الوطن العربي في أواسط خمسينيات القرن الماضي، حيث بدأ أول بث تلفزيوني رسمي من العراق و الجزائر ولبنان في العام 1956م. وفي العام 1959م وقعت مصر عقدا مع شركة RCA الأمريكية لتزويدها بمحطة للتلفزيون، وتم الإنتهاء من إنشائها في عام 1960م، وبهذا أصبحت مصر من أوائل الدول العربية التي انشأت محطة تلفزيونية؛ وخلال نصف قرن على مسيرة العمل التلفزيوني المصري، قاد المسيرة الإعلامية العربية ببرامجه وكوادره التي أسهمت في تأسيس العديد من محطات التلفزة العربية. وسادت برامجه كذلك، وخصوصا الدراما والأفلام، على معظم برامج التلفزيونات العربية(أبو اصبح،2010: 335). وفي عام 1960م، وبعد فترة وجيزة من تدشين محطة التلفزيون في مصر، تم افتتاح محطة إرسال تلفزيوني في سوريا(الحسن،2007، 50-55). وأما الكويت فكانت أول دولة خليجية تنشئ محطة إرسال تلفزيونية رسمية في العام 1961م، وكان بثها يلتقط في بقية أقطار الخليج العربي. وفي عام 1969م قامت الكويت بإنشاء محطة إرسال تلفزيوني في دبي تحت إسم "تلفزيون الكويت من دبي" (<http://ar.wikipedia.org/wiki>). وقد استمر تتابع باقي الدول العربية بإنشاء المحطات التلفزيونية، كما تم في السودان عام 1962م، ومن ثم في السعودية عام 1965م. وفي الأردن افتتح التلفزيون عام 1968. وفي ليبيا، أيضا، تم إنشاء محطة تلفزيونية عام 1968م(الحسن،2007، 50-55).

وفيما يتعلق القنوات الفضائية العربية، فإن المتتبع لتاريخ نشأتها يجد أن العرب قد دخلوا عصر الفضاء متأخرين ثلاثة عقود عن الغرب. وقد جعل التطور السريع والهائل في تقنيات الإتصال والإعلام، والتحول إلى فكرة القرية الكونية واللاحق يركب الثورة المعلوماتية، الأنظمة العربية تدرك أهمية إمتلاك مثل هذه التقنيات كي تستطيع مواجهة المتغيرات الدولية بخطاب إعلامي يناسبها، كما يمكنها من كسر إحتكار الدول المتقدمة، مثل أوروبا وأمريكا، للمعلومات ووسائل الإتصال ، ويمكنها من إيصال الرسالة الإعلامية العربية خارج الوطن العربي، خاصة للجانبايات العربية وأيضا بنفس درجة الأهمية والإهتمام بالإعلام الداخلي العربي الذي يتفق مع الطموحات والنشاطات التنموية والإجتماعية والبيئية.

وفي هذا السياق إنعقد إجتماع وزراء الإعلام العرب في مدينة بنزرت بتونس عام 1976م لمناقشة تملك الدول العربية نظاما فضائيا خاصا بها كوسيلة لتحقيق الإستراتيجية الشاملة نحو تصور نظام عربي للإعلام والإتصال. وبعد حوالي عقد من الزمان، وتحديدًا في عام 1985م، تمكنت الدول العربية من إطلاق القمر العربي الاصطناعي (عربسات) لكي يغطي مساحة الوطن

العربي، وكان القمر مجهزاً بثمانية آلاف قناة تلفزيونية وقناة واحدة جماعية تتولى بث البرامج إلى المناطق النائية. وفي هذه المرحلة إنطلق الإعلام الفضائي العربي نحو التقدم أكثر فأكثر، ومن ثم استمرت عربسات إطلاق أقمارها الصناعية، حيث أطلقت قمرها الثاني في العام 1985م واحقوى على 26 قناة، ثم تلاه القمر الثالث في عام 1992م، وآخر في العام 1993م، وقمر آخر في العام 1996م (الهاشمي، 2011، ص 65-66). وفي العام 1998م تم إطلاق قمر نايلسات الخاص بجمهورية مصر العربية (الموسى، 2012: 335).

ومع ذلك، فقد كان أول ظهور للفضائيات العربية مع أواخر الثمانينيات وأوائل التسعينيات من القرن الماضي، حيث كان أول إنشاء محطة فضائية عربية حكومية منتظمة الإرسال عبر القمر عربسات في مصر عام 1990م، والتي قامت ببث إرسالها إلى أوروبا في العام 1993م عبر القمر الأوروبي (يونيلسات). ولكن خلال بضع سنوات فقط وجدنا الفضاء العربي يمثل بعدد هائل من القنوات الفضائية وتحديدا الخاصة منها، ومتزايدا باستمرار ضمن تنافس محموم على استقطاب المشاهد في الوطن العربي، وذلك لتحقيق أهداف وغايات أصحاب هذه المحطات أو القائمين عليها، سواء أكانت هذه الأهداف تجارية تسعى للربح المادي أم تهدف لنشر القيم والمبادئ التي تسعى لإيصالها لأكبر عدد ممكن من الجمهور، ومن أهم هذه القنوات: تلفزيون الشرق الأوسط (1991)، ورايو وتلفزيون العرب (1993)، وشبكة أوربت (1994)، وشبكة الجزيرة (1996) (الموسى، المرجع السابق؛ الحسن، 2007: 57).

وقد دفع هذا التنافس المحموم بكثير من هذه الفضائيات العربية لتقليد النموذج الغربي في المضمون والإخراج اعتقاداً منها أنه الطريق الوحيد للنجاح ولنيل إعجاب المشاهدين، إلا أنه وبنفس الوقت نجح في كسر احتكار الحكومات لحق البث التلفزيوني و تحرير القنوات الفضائية من سيطرة الحكومات وهيمنتها، وإيجاد تعددية إعلامية على أكثر من صعيد، وتمكين المشاهد من الاختيار بين قنوات مختلفة ومتنوعة

(<http://www.alittihad.ae/wajhatdetails.php?id=63691#ixzz2EkgAZg9S>).

### التلفزيون والفضائيات في الأردن:

بدأ التلفزيون الأردني البث رسمياً في 1968م لمدة ثلاث ساعات يومياً، وفي نفس العام تم إنجاز استوديو آخر وإنشاء محطتين للتقوية في منطقة عمان. وفي عام 1972م خصصت القناة (3) لبث البرامج المحلية والعربية، كما خصصت القناة (6) لبث البرامج الأجنبية. وأصبح منذ ذلك الحين وفي حالة متفردة في العالم العربي، يقدم نشرات الأخبار بأربع لغات هي: اللغة العربية واللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية واللغة العبرية. وكان أول تلفزيون عربي يرتبط بمنظومة السواتل (الأقمار الصناعية) عن طريق المحطة الفضائية في منطقة البقعة في العام

1972م، مما مكنه من نقل الأحداث السياسية والرياضية الكبرى وغيرها من أحداث. وفي العام 1974م تم إدخال الألوان إلى التلفزيون الأردني، ليكون سابقاً على جميع الهيئات التلفزيونية العربية في البث التلفزيوني الملون مما مكنه أن يصبح مركزاً لإستقطاب الدراما المصرية والسورية بالإضافة إلى الدراما الأردنية. وفي عقدي السبعينات والثمانينات إستطاع التلفزيون الأردني النهوض بالدراما الأردنية، وفرض الإنتاج التلفزيوني الأردني نفسه بقوة على خريطة الإنتاج العربي، حيث أصبح منافساً قوياً للإنتاج الدرامي العربي

(<http://www.alittihad.ae/wajahatdetails.php?id=63691#ixzz2EkgAZg9s>).

ويعتبر التلفزيون الأردني رائداً في المنطقة بإدخال جريدة التلفزيون (الثلاثاء) منذ عام 1990م. ويمتلك التلفزيون الأردني حالياً (42) محطة تقوية للبث موزعة على كافة المناطق لتحسين كفاءة الإستقبال لدى المشاهدين. والعمل جارٍ حالياً لتحويل البث التلفزيوني بإستخدام أشرطة (البيتكام)، وهو الأسلوب الأحدث المتبع في العالم. وأصبح بث التلفزيون الأردني الأرضي يغطي 98% من مساحة المملكة الأردنية الهاشمية وكافة المناطق العربية المحتلة وشمال سيناء وشمال المملكة العربية السعودية وجنوب سوريا ولبنان وجزيرة قبرص (<http://ar.wikipedia.org/wiki>).

وأسهم التلفزيون الأردني، ومنذ أوائل سبعينيات القرن الماضي، برغد عدد كبير من تلفزيونات دول الخليج بالكوادر الأردنية المؤهلة للعمل في برامجها المختلفة، ولإدارة بعضاً من محطات التلفزة الخليجية مثل محطة مسقط وصلالة في عُمان في العام 1974م، إلى جانب عقد الدورات التدريبية لكوادر تلفزيونية في مختلف دول الخليج ([www.odabasham.net/show.php?sid=26679](http://www.odabasham.net/show.php?sid=26679)).

ومع أوائل تسعينيات القرن الماضي شهد التلفزيون الأردني مرحلة جديدة من حيث المنافسة على المستوى الاقليمي والدولي وتحققت هذه المنافسة على إستقطاب الجمهور المحلي عبر الفضائيات، وشهد التلفزيون الأردني في هذه المرحلة تطورات عديدة من بينها إفتتاح قنوات جديدة مثل الرياضة والأفلام. وإلى جانب القناة الأولى (المحطة الرئيسية) والتي تقدم البرامج المتنوعة بما فيها البرامج الإخبارية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية، تم إنشاء القناة الفضائية الأردنية في العام 1993م والتي تبث على القمر الصناعي عربسات (2)، وتبث معظم برامج القناة الأولى بالإضافة إلى البرامج الخاصة والنشرات الإخبارية بلغات متعددة. كما جرى إفتتاح القناة الفضائية الثالثة في العام 1998م لتقوم ببث جلسات مجلس الأمة بالإضافة إلى الأحداث الرياضية المحلية والعالمية، إلا انه تم دمجها ببرامج القناة الأولى بعد عملية إعادة الهيكلة التي خضعت لها مؤسسة الإذاعة والتلفزيون في العام 2001م. واليوم، أصبح البث التلفزيوني

الأردني يغطي منطقة جغرافية واسعة تضم أقطار الوطن العربي كافة و جنوب أوروبا وتركيا وغرب إيران وعدد من الدول الإفريقية (أبو إصبع، 2010: 372)، إضافة إلى الولايات المتحدة الأمريكية، وأمريكا اللاتينية.

#### الفضائيات الأردنية الخاصة:

وهي المحطات الفضائية المسجلة لدى هيئة الإعلام المرئي والمسموع ، والمملوكة رخصا للبث ومعظمها محطات ترفيهية، ويقارب عددها حوالي العشرون محطة، بعض منها يبث من خلال المدينة الإعلامية الخاصة التي أنشئت في عمان عام 2002م ومن بينها قناة رؤيا، وبعضها الآخر يبث من استوديوهاتها خارج المدينة الإعلامية الخاصة ومن بينها القنوات التالية (نورمينا، جوسات، الحقيقة، سما الأردن ، A1 Jordan ، Seven Stars).

قناة رؤيا الفضائية: قناة خاصة باشرت بثها الفضائي في العام 2011م من داخل استوديوهات المدينة الإعلامية الحرة في العاصمة عمان، وتبث على مدار الساعة البرامج المتنوعة بما فيها البرامج الإخبارية والسياسية والإقتصادية والاجتماعية (<http://www.facebook.com.roya.t>).

قناة (Seven Stars): قناة فضائية أردنية خاصة، باشرت البث في العام 2005 م عبر القمر الصناعي نايلسات. وتتخذ القناة من مدينة (بني دورم) الإسبانية مركزا لإنتاجها الأوروبي، بينما تتخذ من العاصمة الأردنية عمان مركزا لإنتاجها للعربي. ومن غاياتها إنتاج البرامج الثقافية والسياحية الهادفة إلى توثيق التاريخ للعربي في أوروبا، بالإضافة للبرامج الهادفة وطرحها للقضايا الاجتماعية والوثائقية من منظور الفرد العربي. و تبث برامجها باللغة العربية وباللغة الإسبانية للدول الناطقة بها

(<http://www.jcmcr.com/?t=Gulde&type=sat&order=asc&sort=name&page2=1>).

قناة جوسات: قناة فضائية أردنية خاصة باشرت بثها الفضائي في العام 2009م. وتبث برامجها من استوديوهاتها خارج المدينة الإعلامية الحرة من عمان. وتقدم القناة برامج متنوعة وشاملة لكافة أفراد الأسرة، من بينها برامج سياسية وإخبارية واجتماعية وتبث أفلاماً عربية وأجنبية ووثائقية (<https://www.facebook.com/JOSAT.TV>).

قناة سما الأردن: قناة فضائية أردنية تعود ملكيتها للقطاع الخاص، وتبث برامجها من خارج استوديوهات المدينة الإعلامية الحرة من عمان، وباشرت بثها الفضائي في العام 2012م، وتقدم القناة برامج متنوعة وشاملة لكافة أفراد الأسرة" ([www.sama-jordan.tv](http://www.sama-jordan.tv)).



قناة (A1-JORDAN): قناة فضائية أردنية خاصة باشرت بثها الفضائي في العام 2011م، وتبث برامجها من استوديوهاتها خارج المدينة الإعلامية الحرة في عمان، وتقدم برامج شاملة بما فيها البرامج الإخبارية والسياسية والحوارات السياسية والإقتصادية، وهي تمويل من حزب الاتحاد الوطني الأردني وتابعة له (A1/www.facebook.com/infohttp://Jordan/).

قناة الحقيقة الدولية: فضائية أردنية خاصة باشرت بثها الفضائي في العام 2006م. وتبث برامجها من خارج استوديوهات المدينة الإعلامية الحرة من عمان، وتقدم برامج متنوعة من ضمنها البرامج الإخبارية والسياسية (http://factjo.com/pages/page.aspx?id=1&id2=0).

قناة نورميننا: أول قناة فضائية أردنية خاصة تأسست في الأردن عام 2004م، وأخذت على عاتقها نشر التوعية والثقافة الوطنية بين الشباب الأردني. وتبث برامجها من خارج استوديوهات المدينة الإعلامية الحرة من عمان، وتقدم برامج متنوعة من ضمنها البرامج الإخبارية والترفيهية والحوارية (http://jornews.com/index.php?option=com\_content&task=view&id=18363&Itemid=130).

وبالرغم من تطور النظام الإعلامي العربي (والإعلام الأردني من ضمنه)، إلا أنه ما زال يصنف بشكل عام ضمن "النظام الإعلامي السلطوي"، ويصفه الباحث الأمريكي (وليم روو) بأنه: "إعلام خاضع للسلطة، وينطق بإسمها، ويعمل بتوجيهاتها، ويقدم وجهة نظرها، ويقوم بدعم وتعزيز سياساتها" (Rugh, 1989: 53-58)، ويرى (وليم روو) أن الإذاعة والتلفزيون في العالم العربي هي: "إحتكارات على نحو نموذجي تحت الإشراف الحكومي المباشر"، محددا ثلاثة أنواع للأنظمة الإعلامية العربية، وهي (Rugh, 1989: 168-171, 232-234):

- 1- النظام الإعلامي التعبوي: ويوجد هذا الصنف في بلدان تلتزم الجماعة الحاكمة فيه بالتغييرات الثورية والعنف، وتعمل على مسح كل المعارضة الشعبية المحلية المنظمة، ولكنها بحاجة إلى الدعم للناشط من وسائل الإعلام لمساعدتها على تحقيق أهدافها المعلنة، ومحاربة أعدائها الظاهرين أينما كانوا، ويمتلك وسائل الإعلام أشخاص تربطهم علاقة مصلحية مع النخبة الحاكمة، ويتم ضمان السيطرة على مضمون الصحف بشكل أساسي من خلال سيطرة الموظفين، ولكن من قبل المراقبة السياسية أحيانا، والعقوبات القانونية، والجوائز، ووسائل غير مباشرة سهل وجودها بيئة سياسية لا يلاقي فيها النظام الحاكم أي معارضة. ويوجد هذا الصنف من الإعلام في الدول العربية التالية: الجزائر، مصر، العراق، ليبيا، السودان.

2- النظام الإعلامي الحكومي أو الموالي: ويوجد هذا الصنف في الأنظمة السياسية التقليدية، ومعظمها أنظمة ملكية. ولا توجد هناك معارضة شعبية منظمة، ولكن الحكومة وهي راضية بالوضع الراهن أكثر من عزمها على التغيير، تبقى قناعة بإدعان الشعب السلمي ولا تطالب الإعلام لتوليد الحراك الشعبي. فالإعلام موال للنظام الحاكم وسياساته الأساسية. ويمثل وسائل الإعلام الموالي الخاصة من الناس. وتستخدم الحكومة عدة وسائل لكسب دعمها، بالإغراءات المادية، والعقوبات القانونية. ويوجد هذا الصنف من الإعلام في الدول العربية التالية: سوريا، اليمن الديمقراطية الشعبية، البحرين، الأردن، قطر، العربية السعودية، تونس، والإمارات العربية المتحدة.

3- الاعلام المتنوع: ويعمل في بيئة سياسية حيث التعبير الشعبي عن آراء ووجهات نظر مختلفة تتضمن انتقاد الحكومة هو شيء ممكن، وحيث لا يتدخل النظام السياسي ليست كل المعارضة العلنية. ويكون الإعلام في مثل هذه الحالة في أيدي الخاصة، وقد تقوم الحكومة أحيانا بعمل ضد صحيفة ما، ولكن تستخدم الحكومة هذه التدخلات بشكل ضئيل، ومن خلال الطرق القانونية، بما أن الحكومة تفضل أن تتحلى بالصبر عند التعامل مع الصحافة. ويوجد هذا الصنف من الإعلام في الدول العربية التالية: لبنان، المغرب، والكويت.

وقد تغير هذا الواقع الإعلامي العربي بعض الشيء بعد قدوم الثورة الرقمية، حيث كشف ولیم روو) في كتابه الجديد لواقع الإعلام العربي في العام 2004م، عن تغير ملحوظ على الإعلام في عدد من الدول العربية، مما جعله يضيف قسماً رابعاً إلى الأقسام السالفة الذكر، أطلق عليه تسمية "الإعلام الانتقالي" (Transitional)، ومن خصائصه أنه "يسمح بسيطرة حكومية في ذات الوقت الذي تظهر فيه درجة من حرية التعبير والتنوع"، وفي ضوء هذه التقسيمات الجديدة تم نقل الصحافة الأردنية من مجموعة "الإعلام الموالي" إلى "الإعلام الانتقالي"، وكذلك تم نقل للصحافة المصرية من مجموعة "الإعلام التعبوي" إلى "الإعلام الانتقالي" أيضاً (Rugh, 2004: 121). ([icatu56.org/show3.php?page=show1.php&showit=977&tab1](http://icatu56.org/show3.php?page=show1.php&showit=977&tab1))

والإعلام العربي، كما تراه فريال مهنا، هو "إعلام سلطة" لا "إعلام دولة"، لأن إعلام الدولة عادة يكون في مجتمعات متقدمة ويتمتع بدرجة عالية من حرية التعبير والاستقلالية، ويعمل على تحقيق التماسك الاجتماعي والتوازن الثقافي والإقليمي، "ويخوض تنافساً مع الإعلام الخاص الذي يسفر عن إرتفاع وتيرة التطور في العمل الإعلامي، ولا سيما الفكري والمعلوماتي منه، ويؤدي إلى تساق الإعلاميين العام والخاص المستمر مع متطلبات الجمهور الإعلامي في عصر المعلوماتية". وهذا بخلاف الإعلام السلطوي العربي الذي يفتقر إلى حرية التعبير والاستقلالية الحقيقية. ولهذا فإن الإعلام العربي عاجزاً عن وضع "منتج إعلامي مؤهل للإندماج

في محيط تسوده تعددية الإنتماء والإقناعية"، كونه خاضع لتوجيهات السلطة السياسية ومنهمك بتبني سياساتها وأيديولوجيتها، وهذا يجعله يفقد البوصلة بالحركة الواقعية للبيئة المحيطة، وبالتالي لا يضع سوى منتجاً إعلامياً إقصائياً ينفي الآخر وينبذ قيم الحوار، منتجاً لا يؤدي إلا إلى تدني "مستوياته الإنتاجية وإرتفاع نسب الهدر اليومي للصناعة الإعلامية العربية، تزداد كميته طرداً مع إنفتاح الجمهور الإعلامي على الإعلام الفضائي، وتعاضد منجزات ثورات الإتصال"، وبالتالي يكون عاجزاً عن تحقيق حضور ذي شأن في الحركة الإعلامية والدولية (2002: 100).

إضافة إلى ذلك، فإن وسائل الإعلام العربية على المستوى المهني، "ما زالت تعاني من معاداة الحكومات لها والتضييق عليها. حرية الإعلام والصحافة للكثير من الحكومات العربية تشكل تهديداً لها وخطراً عليها". ولهذا تحتكر الحكومات مصادر المعلومات، وتراخيص الإصدار، والنشريات والقوانين السالبة للحريات، كما أنها تقوم بتعيين معظم قيادات المؤسسات الإعلامية والتدخل في شؤونها، وبالتالي تغيب عن هذه المؤسسات الاستقلالية الإدارية والمالية، وتصبح خاضعة لهيمنة وزارات الإعلام، والمجالس العليا الإعلامية والصحفية. كما أن الكثير من الإعلاميين والصحافيين العرب غالباً ما يقعون ضحية الابتزاز وإغراء أصحاب رأس المال والثروة، وبالتالي فإن ما تقوم به وسائل الإعلام من نقل للمعلومات والأخبار قد لا يعكس بطريقة موضوعية وصادقة ومحايدة الواقع الإقتصادي والاجتماعي والسياسي للمجتمع (بو جلال، 1991: 46-47؛ عبد الرحمن، 1980: 208).

وما يؤكد صدقية هذا التوصيف للإعلام العربي، هو ما تضمنته تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2003، بأن التغطية الإخبارية، وبخاصة الرسمية في البلاد العربية، مازالت تتسم بالتالي (تقرير التنمية الإنسانية العربية، 2003: 60):

1. التركيز على الأخبار الرسمية وأخبار كبار المسؤولين السياسيين، وعلى قيم إخبارية معينة فيها الشهرة والغرابة أو الطرافة والصراع، مما يجعل هذه الأخبار تحتل مكانة الصدارة في الصحف والإذاعة والتلفزيون، وتخصص لها مساحات أو أوقات أكبر وأهم، في مقابل الأخبار التي تهم قطاعات أكبر من المواطنين أو تمس حياتهم اليومية، أو تضيف إلى معارفهم العلمية والثقافية.
2. رغم ما حدث من إنفتاح إعلامي سمح بتناول كل الأحداث عبر وسائل الإعلام الوطنية، إلا أنه ما زالت هناك أخبار تحجب أو تعالج بشكل لا يتناسب مع أهميتها الحقيقية، سواء بالمبالغة والتهويل، أو التهوين ومحاولة التعتيم، كما ظهر في إختلاف التغطية التلفزيونية العربية لسقوط بغداد.

3. ما زالت التغطية الإخبارية في بعض وسائل الإعلام في بعض الدول العربية تحكمها المصالح الراهنة والاختيارات الأنية، والاهتمامات الجزئية، ومرجعيتها الأساسية هي السلطة الحاكمة.

وإلى جانب ذلك، يواجه الإعلاميون العرب في معظم الدول العربية والأردن من بينها، وبدرجات متفاوتة، صعوبات جمة في الوصول إلى المعلومات والحصول عليها، والإطلاع على الوثائق والبيانات، والرجوع لمصادر الأخبار الرسمية وغير الرسمية على السواء، حيث تتذرع السلطات غالباً بأمور غامضة مثل أسرار رسمية، ومعلومات تمس الأمن القومي لمنعهم من ذلك، فضلاً عن قائمة المحظورات، كحظر نشر بعض جلسات المحاكم، أو بعض القرارات الرسمية، أو أي موضوع يدعى أنه يمس أمن الدولة. كما تعاني أغلب الدول العربية من عدم وجود مصادر مستقلة ومتنوعة للمعلومات، وفي اعتمادها بشكل كبير على مصادر المعلومات الأجنبية، وخاصة وكالات الأنباء العالمية الغربية، فرغم أن كل دولة عربية لديها وكالات للأنباء، إلا إن هذه الوكالات تمتلكها للدول وتوجهها لخدمة سياساتها والدعاية لها، وتعاني أغلبها ضعفاً في إمكانياتها البشرية والمادية والتقنية، فضلاً عن عدم وجود مراسلين لأغلب وسائل الإعلام العربية خارج حدودها (المصدر السابق).

## الفصل الثالث

### الإطار النظري وأدبيات الدراسة

يتناول هذا الفصل موضوعين رئيسيين: الأول هو الإطار النظري، ويتضمن الموضوعات التالية: نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال، نظرية الإستعمالات وتلبية الاحتياجات، النظريات الأربع للصحافة، ومفهوم المصداقية. ويتضمن الموضوع الثاني الدراسات السابقة وعلى الصعيد المحلي والعربية والأجنبية، وما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

#### أولاً: الإطار النظري:

تقوم وسائل الإعلام بعدد من الوظائف الهامة والتي تحقق مجموعة من التأثيرات المتنوعة والبعيدة النتائج على المستوى الفردي أو الجماعي داخل المجتمع، وهذه الوظائف هي: الإعلام (أو الإخبار)، والتثقيف، والتعليم، والحفز، والتقارب الاجتماعي، والمناقشة، والحوار، والتنشئة الاجتماعية، والترفيه (الموسى، 2012: 169-171). ومن بين أهم هذه الوظائف، الوظيفة الإخبارية التي تحتل موقعاً محورياً في النشاط الإعلامي لأي مجتمع حر وديمقراطي. وتشكل الوظيفة الإخبارية، قاعدة أساسية وضرورية تؤهل الإعلام الجماهيري لتأدية وظائفه الأخرى، إنطلاقاً من المعلومات التي يتيح تعميمها ويضمن وصولها إلى المجتمع، ويرتكز إلى معطياتها ليمارس عمليات التأثير والإقناع. إضافة إلى إن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تزود أفراد المجتمع بالمعرفة التي تمكنهم من اكتشاف ذاتهم بذاتهم، واستيعاب ما يدور حولهم من أحداث، وفهم القضايا العامة التي توليهم. والأهم من ذلك، هو إن الوظيفة الإخبارية " تجعل الخيارات المتعلقة بالمصير الجماعي أكثر وضوحاً، وتجعل الحلول للوصول إلى هذه الخيارات أكثر فعالية وأقل غموضاً، وتعمل ، أيضاً، على بناء العلاقة بين عناصر المجتمع، وتعزز الحوار، وتسهم في إنتشار القيم السياسية، وتسهم في تنظيم ردود الأفعال وتوازنها(مهنأ، 2002: 33-34).

من هنا، فإن العلاقة التي تربط للجمهور المستقبل بوسائل الإعلام للحصول على الأخبار فيها اعتماد على وسائل الإعلام بهدف تحقيق اشباعات محددة، ولذلك فإن هذه الدراسة تعتمد على النظريات التالية:

## 1- نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام (Dependency Theory):

تقوم نظرية الإعتماد على أساس وجود علاقة ترابطية قوية بين الجمهور والإعلام والنظام

الاجتماعي، حيث أن قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزداد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير (الموسى، 2012: 204-205).

وتفسر هذه النظرية تأثير وسائل الإعلام على المشاهد، ولماذا يكون لها أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة، وأحيانا أخرى يكون لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة. فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم المعرفية التي تساعد على اتخاذ قراراتهم الشخصية والاجتماعية المختلفة، إلى جانب تحقيق التسلية والترفيه. إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الرسائل التي تبثها هذه الوسائل. ولكي يحقق الأفراد والجماعات أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على مصادر للمعلومات يسيطر عليها أشخاص أو جماعات، ومن هنا قد يأتي تأثير هذه المصادر على المثلي (مكاوي والسيد، 1998: 314).

وقدم بعض الباحثين (ميلفين وروكتش) ركيزتين أساسيتين تقوم عليهما علاقات الإعتماد على وسائل الإتصال هما (عبدالحميد، 2000: 233):

- الأهداف: أي ان هناك اهدافاً شخصية أو اجتماعية للأفراد يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة.
- المصادر: اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها مروراً بعملية الإعداد والتنسيق لهذه المعلومات.

وتتمثل التأثيرات الناتجة عن علاقات الإعتماد على وسائل الإتصال بثلاثة مجالات هي (اسماعيل، 1998: 280):

- 1- تأثيرات معرفية: كإزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث، والتأثير في ادراك الجمهور للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا في التأثيرات المعرفية تلك الخاصة بالقيم والمعتقدات.
- 2- التأثيرات الوجدانية: والمتعلقة بالمشاعر والأحاسيس، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضا التأثيرات المعنوية مثل الإغتراب الاجتماعي.

3- التأثيرات السلوكية: وهي نتاج للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وتتمثل في الحركة أو الفعل الذي يظهر في سلوك العلني للأفراد.

تؤكد هذه النظرية، إذاً، على الدور الذي يلعبه المجتمع في التأثير على وسائل الاتصال، لأن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يعيشون بداخله ووسائل الاتصال، والطريقة التي يستخدم بها الجمهور وسائل الاتصال ويتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما يتعلمه من المجتمع، ويشمل هذا أيضاً ما يتعلمه من وسائل الاتصال. فإن أي رسالة يتلقاها الجمهور من وسائل الاتصال قد يكون لها نتائج، اعتماداً على خبراته السابقة عن الموضوع، وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة به (اسماعيل، 2003: 17-18؛ مكاي و السيد، 1998: 314).

ومن خلال هذه النظرية يمكن لنا معرفة مدى اعتماد الأفراد على القنوات الفضائية في إشباع رغباتهم والحصول على احتياجاتهم المعرفية.

## 2- نظرية الاستعمالات وتلبية الاحتياجات (Uses and Gratification Theory)

تركز نظرية الاستعمالات وتلبية الاحتياجات على أهمية الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر (اسماعيل، 2003: 17-18). وتضيف هذه النظرية صبغة الإيجابية على جمهور وسائل الإعلام، بمعنى أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل وسائل الإعلام، وإنما جمهور نشط وفعال ويختار من الإعلام ما يناسب رغباته الشخصية، وهو صاحب المبادرة في تقرير الأساليب التي يتلقى بها الإعلام بما يتفق وحاجاته ورغباته، وإن رغبات الجمهور متعددة ولا يلبي الإعلام إلا بعضاً منها (الموسى، 2012: 203-204).

ويرى كاتز (Katz)، (كما جاء في مكاي والسيد) أن منظور نظرية الاستعمالات وتلبية الاحتياجات يركز على خمسة أسس هي (1998: 240):

- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الرسائل التي تشبع تلك الحاجات.

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

وتشرح للنظرية سلوك المشاهد فيما يتعلق بتجربة الفرد مباشرة مع وسائل الإعلام، ثم إن إشباع حاجات المشاهد لا تتم فقط من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة، بل تتم كذلك من خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه هذه الوسيلة. وتنطلق هذه النظرية من أن "الأفراد لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة، وبذلك فالعوامل الديمغرافية والاجتماعية مثل: النوع، والسن، والمهنة، والمستوى التعليمي والاقتصادي والاجتماعي لها تأثيرها في استخدام الجمهور لوسائل الاتصال" (مكاوي والسيد، 1998: 314). كما أن العوامل النفسية، تؤدي إلى وجود حوافز أو دوافع معينة تكون بحاجة إلى إشباع، وبالتالي، فإن العوامل النفسية تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الإعلام، ووفقاً للفروق النفسية بينهم يختار أفراد الجمهور لأنفسهم مضامين إتصالية مختلفة (العبد، 2005: 20)؛ فالأفراد ليسوا مجرد مستقبلين لرسائل وسائل الاتصال، وإنما يختارون بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة. وتتضمن الحاجات التي يسعى أفراد الجمهور إلى إشباعها "إحتياجات معرفية" تتمثل في الحصول على المعلومات المختلفة، و "إحتياجات عاطفية" وتتمثل في تحقيق المتعة والحاجة إلى الحب والصدقة، و "إحتياجات تحقيق الاندماج الذاتي" وتأتي تلك الحاجة من رغبة الفرد في تحقيق الذات، و "إحتياجات إزالة التوتر" وتتمثل في الهروب من المشاكل الشخصية والرغبة في اللهو والاندماج في المضمون الاتصالي (مكاوي والسيد، 1998: 314).

وتكون هذه الإحتياجات مرتبطة بدوافع واستخدام وسائل الاتصال، أي إن الحاجة تولد الدافع لإستخدام وسائل الاتصال من أجل إشباع تلك الحاجة. وتم تحديد الدوافع بنوعين: "دوافع نفعية" وتهدف إلى التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، ومراقبة البيئة التي ترتبط بإستخدام مضامين معينة، كنشرة الأخبار وبرامج المعلومات؛ و "دوافع طقوسية" وهي التي يعتاد الفرد على ممارستها دون تخطيط مسبق، وتهدف إلى التفاعل مع الوسيلة نفسها بغض النظر عن المضمون، وذلك لإشباع رغبات الفرد في تمضية الوقت والإسترخاء، والصدقة، والهروب من المشاكل، وتتمثل هذه الفئة في المسلسلات والأفلام والبرامج الترفيهية المختلفة (مكاوي والشريف، 2000: 246).



وبخصوص الإشباع، فقد صنفنا إلى نوعين هما: "إشباع العملية الإتصالية" وهي التي تنتج عن عملية الإتصال نفسها واختيار وسيلة معينة ، ولا ترتبط بمضمون الرسالة، وتتفرع إلى إشباع " شبه توجيهية" تتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، مثل إشباع الدعم والتعزيز، والشعور بالراحة والاسترخاء، وإشباع " إجتماعية" تتحقق من خلال التوحد أو التماثل الذي يحدث بين الفرد والقائم بالإتصال، مثل التخلص من إحساس العزلة أو الملل، والتحرر العاطفي، والتوحد مع الشخصيات، والقدرة على الاندماج. وأما النوع الآخر فهو " إشباع المحتوى" ويتضمن إشباع "توجيهية" مثل الحصول على المعلومات، وتأكيد الذات، والمنفعة المتعلقة باتخاذ القرارات ، واكتشاف الواقع وحب الاستطلاع، وإشباع " إجتماعية" وهي التي تربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة علاقاته الشخصية، مثل التحدث مع الآخرين، وإدراك الواقع الإجتماعي (محمود، 2004: 289-290).

مما سبق نتضح أهمية نظرية الاستعمالات والإشباع، حيث يمكن توظيف هذه النظرية لمعرفة استخدام افراد عينة الدراسة للقنوات الفضائية الأردنية وفقا للفروق الفردية فيما بينهم والتي قد تحكم استخداماتهم للقنوات الفضائية، بالإضافة الى حاجاتهم الاجتماعية والنفسية. ويتضح أيضا تداخل نظرية الاستعمالات والإشباع مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في الفروض أو المرتكزات والتأثير أو في العلاقات بين الأنظمة الاجتماعية ووسائل الإعلام. فنظرية الاستعمالات والإشباع تنطلق من فرضية مشتركة مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، فالجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق حاجاته والوصول الى أهدافه.

ومن خلال هذا التداخل بين النظريتين سيتم مناقشة اعتماد افراد مجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين على الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها القنوات التلفزيونية الأردنية للحكومية منها والخاصة، والدوافع (النفسية والطقوسية) التي تحثهم على مشاهدة تلك القنوات، ومدى تلبية الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها القنوات التلفزيونية المحلية الأردنية لإشباع إحتياجاتهم للمعرفة.

### 3- النظريات الأربع للصحافة:

تختلف الأنظمة الإعلامية من مجتمع إلى آخر في نوعها وطبيعة مؤسساتها وأساليب عملها وكيفية تأثيرها على الجمهور، ويعود ذلك لأسباب عدة ترتبط بمدى توفر الإمكانيات البشرية والتقنية، وتطور المجتمع في المجالات السياسية والإجتماعية والإقتصادية والثقافية. وتلعب هذه العوامل دوراً بارزاً في التأثير على عمل الأنظمة الإعلامية بمختلف جوانبه، وتضفي عليه صبغة خاصة به، وبالتالي فإن الأسلوب الذي تعمل به وسائل الإعلام في أي مجتمع سيعكس طبيعة النظام السياسي والإجتماعي والإقتصادي فيه. وحيث أن الإعلام يشكل أحد الأنظمة

الفرعية في النظام الكلي للدولة والمجتمع، فهو يتأثر حتماً ببقية الأنظمة الفرعية الأخرى كالأنظمة السياسية والاجتماعية والاقتصادية.. الخ، كما يؤثر هو الآخر فيها أيضاً. فهناك أنظمة سياسية واجتماعية مفتوحة تسمح باستقلالية الإعلام وحرية التعبير والتفكير، وبالمقابل، هناك أنظمة منغلقة تضيق ذرعاً بوسائل الإعلام وتحاول السيطرة عليها وتداب على مراقبة المواد الإعلامية لتأتي متفقة مع سياسات الدولة. كما أن الأسلوب الذي تعمل به وسائل الإعلام في أي مجتمع " يوضح كذلك الكيفية التي تمارس بها السلطة نفوذها، وطبيعة العلاقة التي تربط الأفراد بالمؤسسات، وأخيراً، موقف الدولة من بعض القضايا الأساسية، كحقوق الأفراد وواجباتهم، وموقفها من الحقيقة والمعرفة والتعامل معها" (الموسى، 1995: 75-76).

ويرى (أبو إصبع، 2004: 88-90) أن الأنظمة الإعلامية في دول العالم المعاصر، وعلى اختلاف بيئاتها، تتفق على ثلاثة مبادئ أساسية متداخلة مع بعضها البعض، وهي: " حرية وسائل الإعلام في التعبير، حق الإنسان في الاتصال، ومسئولية وسائل الإعلام نحو المجتمع". إلا أن هذه الأنظمة الإعلامية تختلف في تفسير مضامين وأبعاد هذه المبادئ، وفقاً لطبيعة نظرها إلى مفهوم الحرية وقوانينها، وفهماً لمعنى المسؤولية الاجتماعية وحدودها. فالنظام الإعلامي عادة ما يكون نتاجاً واقعياً للأنظمة العقائدية والفكرية والاجتماعية والسياسية في المجتمع - بما تحمله من معتقدات وإفتراضات يتقبلها المجتمع أو تسوده وتحكم علاقاته - وهذه تنعكس بالضرورة على نظام وسائل الإعلام، " فطبيعة النظام السياسي، وعلاقة الفرد بالدولة، وطبيعة المعرفة ونظام العقيدة فيه كلها عوامل مؤثرة في النظام الإعلامي، بل هي التي تفلسف وتبرر طبيعة النظام الإعلامي، وتحدد دوره في المجتمع".

وفي ضوء المستجدات التي صاحبت الحرب العالمية الثانية، وانعكست سلباً على مصداقية الصحافة آنذاك، بادر عدد من الأكاديميين، لإعادة النظر في الأفكار والروى الفلسفية المتعلقة بحرية الصحافة، وخاصة فيما يتعلق بعلاقة السلطة بالصحافة، وعلاقة الصحافة بالمجتمع، وذلك بهدف تحسين أداء الصحافة. فبعض المستجدات إرتبطت بإزدياد الاحتجاج على وسائل الإعلام، حيث هوجمت الصحافة لإرتباطها بشركات إقتصادية كبرى، وبالإعتداء المستمر على الأخلاق العامة والحياة الخاصة، وبالتبعية والاستجابة لضغوط كبار المعلنين. وأتهمت الإذاعة، أيضاً، بتمركزها ضمن شبكات إعلامية كبرى، وإفرادها " مساحات واسعة للجريمة والجنس"، وبتعاظم وظيفتها الدعائية والإعلانية (مهنا، 2002: 72).

وقد شكلت دراسات اللجنة الملكية للصحافة البريطانية، والإتحاد القومي للصحفيين في بريطانيا، وتقارير لجنة حرية الصحافة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية بهدف تحسين أداء الصحافة، مرجعية لتفكير العديد من الباحثين والأكاديميين، أمثال (سيرت وبيترسون وشرام)

الذين وضعوا مؤلفا بعنوان النظريات الاربعة للصحافة عكس أفكارا تقدمية في العالم الغربي بتحويله التركيز من "حرية الصحافة" إلى "مسؤولية الصحافة"، إضافة إلى طرح التساؤلات حول القيم الاجتماعية للحرية. ومفاد هذه النظريات أن مؤسسة الإعلام الإخباري لا تستطيع البقاء مستقلة عن البيئة المحيطة بها ولكن تأخذ لحد ما شكل ولون الهيكل الاجتماعي. وقد ساهمت هذه النظريات في وضع تصورات معيارية عن الدور المتوقع للصحافة والإعلام في المجتمعات الإنسانية، وتتضمن هذه النظريات السياسية/الأيدولوجية أربع نظريات رئيسة هي: السلطوية، الحرية (الليبرالية)، الشيوعية أو الشمولية، والمسئولية الاجتماعية (Siebert et. al., 1963).

ويقوم البناء النظري للنظرية السلطوية على اساس جعل وسائل الإعلام في الأنظمة السياسية السلطوية في خدمة السلطة، تنطق باسمها وتعمل بتوجيهاتها، وتقدم وجهة نظرها للجمهور، وجعلها أدوات لنشر وعرض مواقف الدولة أو السلطة على الجمهور كذلك. ووظيفتها الأساسية هي إحاطة الجمهور بما يحتاج من بيانات سياسية ومعارف عامة بالقدر الذي يحقق أهداف الدولة وبسط سلطتها على الشعب (مكاوي، 1994: 64-66).

وبالرغم من تحرر أوروبا من هيمنة الحكومات السلطوية على وسائل الإعلام بفعل الفكر التنويري الذي تأسست عليه بناءات وهياكل مؤسسية جديدة، إلا إن الفكر والممارسة السلطوية كانت الأساس الذي إعتدته الدول النامية، وبالذات حديثة العهد بالإستقلال من الإستعمار الأوربي. وتبنت هذه النظرية كثير من الأنظمة السياسية في دول العالم النامي، التي حرصت على أن تكون السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام من خلال إما فرد أو نخبة سلطوية (أبو إصبع، 2004: 95).

وأما النظرية الشيوعية التي إنبثقت من النظرية السلطوية، فتقوم على فكرة أن وسائل الإعلام للجماهيرية تعد أدوات للحكومة، وجزءاً لا يتجزأ من الدولة، والدولة تملك وتقوم بتشغيل هذه الوسائل والسيطرة عليها من خلال الموارد، ولهذا فإن الحزب هو الذي يتحكم تحكما كاملا في مجريات الشأن الإعلامي في الدول الشيوعية، وأن وظائف وسائل الإعلام في المجتمع الشيوعي هي نفسها وظائف الجهاز الحاكم، أي دعم بقاء وتوسع النظام الإشتراكي وتحقيق أهدافه، وتعمل وسائل الإعلام الشيوعية على تربية الشعب على المسار الإشتراكي، وتقوية القناعات الشعبية بالفكر الشيوعي السائد، ومحاربة الفكر المضاد الذي تمثله الرأسمالية الغربية، وليس لها أن تبحث عن الحقيقة (أبو إصبع، 2004: 95). كما تسيطر الفئة الحاكمة في النظام السياسي مركزيا على كل وسائل نقل المعلومات، ولا يمكن نشر أي وسائل إعلام أجنبية أو منافسة أخرى لم يوافق عليها مطلقا في البلاد. إضافة إلى محاولة هذه الفئة الحاكمة السيطرة

على كل أمور حياة الأفراد في المجتمع، ومطالبتهم بإيادهم بالالتزام إيجابى نشط فى السر والعلانية لخدمة أهدافها (Rugh, 1989: 53-58).

ومع إلهيار الإتحاد السوفيتى وإنذار الانظمة الشمولية، وصعود للنظام العالمى الجديد وما رافقه من عولمة، إنحسر الإعلام الشمولى واقتصر على بلدان شيوعية مثل كوريا الشمالية.

و تتطلق الفكرة الجوهرية لنظرية الحرية (الليبرالية) من كونها تسعى إلى إيصال الحقيقة إلى الناس. وتبنى هذه النظرية على وجود حرية صحافة حقيقة، وبموجبها لا تخضع الصحافة لأي شكل من أشكال الرقابة سواء دلياً أو خارجياً. وتتمثل الحرية الصحافية بإمكانية البث والنشر بدون أي رقابة قبلية أو متطلبات قانونية لترخيص مسبق أو تهديد وخوف من عقوبات متوقعة، وقيام الصحافة ووسائل الإعلام بدور المراقب (watchdog) لما يدور فى المجتمع ومتابعة أداء وظائف المؤسسات الإجتماعية الأخرى (الموسى، 1995: 80). وتستهدف هذه النظرية تقليل القيود التي تضعها الدولة على الفرد إلى أقصى حد، ولا تقبل أي مبرر للتدخل الدولة فى شؤون الأفراد إلا فى حال منع الضرر عنهم (مكاوي، 1994: 67).

وبالنسبة لنظرية المسؤولية الإجتماعية، التي إنبتقت عن نظرية الحرية، فإنها تستند إلى فكرة أساسية مفادها أن حرية الصحافة يقابلها مسؤولية نحو المجتمع، وفى حال تقصير الصحافة فى القيام بمسؤولياتها الإجتماعية وإنحرافها عن وظائفها الأساسية فى الإتصال الجماهيري، لأي سبب كان، فلا بد من وجود جهات رقابية للتأكد من تعديل مسارها (الموسى، 2012: 111).

ويظهر بوضوح أن نظرية المسؤولية الإجتماعية تركز على أهمية الوظيفة الإجتماعية لوسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة والرقمية، وأنه يتعين إقامة التوازن بين حرية الرأي والتعبير وبين مصلحة المجتمع وأهدافه، وحماية القيم والتقاليد، والحق فى الخصوصية. فالحرية وفقاً لهذه النظرية حق وواجب ومسؤولية فى وقت واحد، والالتزام بالموضوعية وبالمعلومات الصحيحة غير المغلوطة، وتقديم ما يهم عموم الناس بما يسهم فى تكوين رأي عام مستنير، وعدم الإعتداء على خصوصية الأفراد والمحافظة على سمعتهم ، والالتزام بالضوابط الأخلاقية والقانونية الحاكمة للعمل الإعلامى.

وبموجب هذه النظرية، حدد ( سيبرت ورفاقه) وظائف الإتصال الجماهيري، بالتالى (Seibert, et. al., 1963: 7-8):

- 1- خدمة النظام السياسى بتوفير المعلومات والمناقشات والمناظرات حول المسائل العامة.
- 2- تنوير الجمهور كي يستطيع أن يحكم نفسه.

3- حراسة حقوق الأفراد وذلك بأن تعمل وسائل الإتصال كمراقب عام على أعمال الحكومة.

4- خدمة النظام الإقتصادي عن طريق الإعلانات.

5- توفير الترفيه.

6- المحافظة تمويلياً على اكتفائها الذاتي وذلك كي تتحرر من ضغوط المصالح الخاصة.

وبعد هذه الخلفية النظرية في نظم الإعلام العربية والعالمية، فإن التلفزيون، وقنواته في الأردن تستحق القاء نظرة نوجز بها تعريف المصداقية وخصائصها.

#### 4- مفهوم المصداقية:

تعد المصداقية واحدة من أهم القيم الإعلامية المؤثرة في الإعلام والعملية الإتصالية، لما تلعبه من دور فاعل ورئيسي في عملية الإقناع وتعديل إتجاهات الرأي العام نحو القضايا البارزة في المجتمع خلال فترة أو فترات زمنية معينة. وقد تباينت رؤى الباحثين حول مفهومها، فمنهم من يرى أنها تعني: "الثقة في الوسيلة أو إمكانية الإعتماد عليها" وآخرين يرون أنها تعني: "إحترام للوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل" وبعض آخر يعتقد أنها تعني "رضا للجمهور عن أداء الوسيلة" (علم الدين، 1989: 11).

ويرى الموسى (2012: 175) بضرورة توفر حد أدنى من المسؤوليات التي على الإعلام الإلتزام بها في إطار وظائفه الإتصالية، "وهذه المسؤوليات تتعلق بالمصداقية، والقيم الاجتماعية، والذوق العام، وتلبية حاجات المجتمع". وربط أيضاً بين ثقة واحترام الجمهور لوسائل الإعلام وبين مدى مصداقية هذه الوسائل، إذ يعتقد أن على وسائل الإعلام، إذا ما أرادت التحلي بالمصداقية ومن ثم الحوز على ثقة واحترام الجماهير لها، أن تقوم بما يلي:

" أولاً: أن تتأكد من صحة الأنباء والمعلومات التي تقدمها للجماهير، وصدق تلك الأنباء والمعلومات ودقتها.

ثانياً: أن تحافظ على الحياد عندما تعالج القضايا الجدلية، ويتم ذلك بإظهار وجهات النظر لمختلف القطاعات بتوازن.

ثالثاً: أن تختار من الأنباء والقضايا تلك التي تتعلق بالجمهور، وتهتم وتخدم مصالحه.

رابعاً: أن تقدم لجماهيرها تحليلات للأنباء والأحداث تتصف بالذكاء والمعرفة وتكشف عن النضلع في الشؤون العامة والحيوية" (المرجع السابق).

وتعددت التعريفات التي تناولت مفهوم المصداقية، وتفاوتت من تعريف إلى آخر، وذلك نظراً لتعدد أبعاد المفهوم، ووسائل الإعلام، والمجتمعات البشرية وغيرها من متغيرات. وقد

ساهمت بحوث المصدقية في الأدبيات الغربية إلى تحديد معايير ومقاييس لمصدقية وسائل الإعلام بشكل عام، وقد استفادت الدراسات الإعلامية المتعاقبة والتي تطرقت إلى مفهوم المصدقية من هذه المعايير واستخلصت منها أكثر الأبعاد شيوعاً للاستفادة منها في عملية قياس المصدقية، وبما يتلائم مع ظروف الأنظمة الاجتماعية وثقافتها المتنوعة، وقد نتج عن هذه المعايير الكثير من المؤشرات أو العبارات التي توضح كل منها بعداً من أبعاد المصدقية، فقد يكون هناك أكثر من مؤشر للدلالة على بعد معين من أبعاد المصدقية (نصار، 2003: 8-10).

ويرى الباحثون الغربيون، ومن بينهم (هوفلاند و وايس)، أن المصدقية تمثل: " المدى الذي يُنظر من خلاله إلى القائم بالاتصال على أنه مصدر للتأكيدات الصحيحة (valid assertions)، ودرجة الثقة في نية أو مقصد القائم بالاتصال في نقل أو إيصال التأكيدات التي تعتبر الأكثر صحة (most valid)" (Hovland & Weiss, 1951: 635).

ومن بينهم، أيضاً، (أندرسون و كليفلاند) اللذان يريا أن " تأثير وسائل الإعلام يُستمد من مصداقية المصدر (مصدر المعلومات)، وأن مصداقية المصدر تشكل التركيبة المهمة التي تؤثر على فاعلية إقناع الرسالة للمتلقي" (Anderson & Clevenger, 1963: 59). وقد تناول هؤلاء الباحثون تقييمهم لمصدقية وسائل الإعلام من خلال مصداقية مصدر الرسالة "بوصفها سمة لصيقة بالمصدر أو رافد المعلومات أيا كانت طبيعته، حيث تكون وحدة التحليل في هذا الصدد القائم بالاتصال نفسه أو جريدة أو مؤسسة إعلامية بعينها" (علي، 2006: 129).

وفي إطار علاقة المصدقية بفاعلية المصدر يرى أبو اصبح (2004:227) ما يلي:

- 1- تنتج مصداقية المصدر المرتفعة تغيراً فورياً لدى المتلقي أسرع من المصادر ذات المصدقية المنخفضة، كما تنتج تبدلات في الرأي أكثر بكثير من المصادر ذات المصدقية المنخفضة أو الضعيفة.
- 2- إن المصادر المتحيزة في الغالب أقل تأثيراً من المصادر غير المتحيزة، وإن الموافقة مع المصدر ذي المصدقية المنخفضة لا تزداد مع إمتداد الوقت.
- 3- للمصادر الجذابة غالباً ما تكون أكبر تأثيراً من المصادر غير الجذابة، وتقوم الصفات مثل الجاذبية الجسدية والشبه والألفة والود كصفات إيجابية لتغير الآراء.
- 4- مصداقية المصدر لها تأثير أكبر من جاذبيتها، والمتلقي يتأثر أكثر إذا كان المصدر خبيراً أكثر من كونه واحداً من زملائه.

و يرى عيساني (2008: 72) وجود علاقة بين مصداقية وسائل الإعلام والمصدقية التي يتمتع بها "المرسل أو القائم بالاتصال". وتعتمد مصداقية المرسل على عنصرين أساسيين هما: "

الخبرة والثقة بالقائم بالاتصال، ويفسر مفهوم الخبرة بمدرجات المتلقي عن معرفة المصدر للإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة وموقفه السليم منها، وهذه تعتمد على التدريب والتجربة، والقدرة، والذكاء، والإنجاز المهني، والمركز الاجتماعي". والشخص الخبير هو الذي يمتلك المعلومات الصادقة والحقيقية عن الموضوع الذي يتحدث فيه أو يناقشه مع المتلقي، ويشير عنصر الثقة إلى " إدراك المتلقي عن المرسل أو المصدر بأنه يشارك في الإتصال بشكل موضوعي ودون تحيز".

وبالمقابل، رفض عدد آخر من الباحثين، أمثال (قونثر)، اعتماد " مصداقية مصدر الرسالة"، لتقييم مصداقية وسائل الإعلام، واقترحوا اعتماد بديل عنه وهو " دراسة الجمهور وخصائصه"، وذلك كون المصداقية من وجهة نظرهم هي: " إستجابة الجمهور للرسالة" (Gunther, 1992). وفي هذا السياق، جاءت دراسة (مولينتان و شلايفر) لتؤكد أن متغير خبرة الجمهور بوسائل الإعلام يعتبر أحد أبرز العوامل المسؤولة عن تراجع مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور، وأن أساليب وأنماط الممارسة الإعلامية في مختلف وسائل الإعلام تصب في بوتقة التحيز، مما يؤدي إلى تراجع مصداقية تلك الوسائل عبر الزمن (Mullaininthan & Shleifer, 2002: 3-5). ويرى علي (2006: 130) أن تعرض أفراد الجمهور عبر الزمن لمعلومات وبيانات غير دقيقة أو متحيزة يؤدي بدوره إلى تقييم المتلقي لوسائل الإعلام "بوصفها مصادر غير صادقة، وغير آمنة في نقل المعلومات، مما يجعله يتجه صوب مصادر أخرى أكثر مصداقية لإستقاء المعلومات عن الشؤون المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية".

وفي إطار تعرض الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة، يرى الموسى (1995: 118-119) أن المشاهد يتعرض إلى "الوسائل الإعلامية التي تقدم أفضل الخدمات الإعلامية، وأن سريان المعلومات من الوسائل الإعلامية إلى الجمهور لا يتبع نمطاً واحداً خطياً، بل تتوسطه عوامل أخرى بعضها ذو علاقة بأشخاص آخرين، وبعضها ذو علاقة بإطار للشخص المرجعي نفسه والذي يتأثر بعوامل اجتماعية مختلفة". ويرى أيضاً أن الأفراد "الذين يتعرضون لرسائل إقناعية، فإنهم يعملون على تجنب تلك الرسائل التي لا تتفق ومعتقداتهم، أو يبتعدون المسوغات لفهم تلك الرسائل بطريقة تعزز معتقداتهم الموجودة أصلاً. وإذا وثق الناس بمصدر إعلامي فإنهم في الأغلب الأعم يقبلون ما يقوله ذلك المصدر ويصدقونه" (الموسى، 1995: 110-111).

وهناك من الباحثين من تناول دراسة المصداقية بوصفها متغيراً متعدد الأبعاد يشتمل العديد من المكونات والمتغيرات الفرعية "المرتبطة بالمصدر، والوسيلة، والجمهور، وخصائص الواقع الاجتماعي" (علي، 2006: 129؛ مصطفى، 2003: 3).

من هذه الأبعاد إستخدم (جازيانو و ماغراث) إثني عشر بعدا للمصداقية، وهي: الإنصاف، عدم التحيز والحياد، التوازن، الثقة، الشمول، للوضوح، الواقعية، كفاءة الصحفي، فصل الرأي عن الوقائع، الدقة، واحترام الجمهور ومراعاة إهتماماته (Gaziano and McGrath, 1986: 452-453). وقام (ماير) بفحص أبعاد المصداقية التي وضعها (جازيانو وماغراث)، وحدد على أساس ذلك خمسة أبعاد رئيسة للمصداقية، وهي: الإنصاف (منصفة - غير منصفة)، و الحيادية (منحازة - غير منحازة)، الشمول (تروي القصة كاملة - ترويها مبتورة)، الدقة (دقيقة - غير دقيقة)، الثقة (موثوقة - غير موثوقة) (Meyer, 1988: 567-574).

وكذلك عمل (إنفانتي) على قياس مصداقية مصدر المعلومة أو للخبر وفقا لثلاثة أبعاد هي (Infante, 1980: 19-26):

- 1- الموثوقية (trustworthiness): وتم قياسها من خلال المؤشرات التالية: (صادق أو أمين مقابل غير صادق)، (موثوق به مقابل غير موثوق به)، (مخلص مقابل غير مخلص).
- 2- الأهلية (expertise) أو الخبرة: وتم قياسها من خلال المؤشرات التالية: (ماهر مقابل غير ماهر)، (مؤهل مقابل غير مؤهل)، (مطلع مقابل غير مطلع).
- 3- الديناميكية (dynamism): وتم قياسها من خلال المؤشرات التالية: (جريء مقابل خجول)، (نشط مقابل خامل)، (عدواني مقابل وديع).

وأعتمد مصطفى مقياسا لمصداقية وسائل الإعلام، وفقا للأبعاد التي استخدمها (جازيانو وماغراث)، في دراسته الميدانية على النخبة في جمهورية مصر العربية، كما يلي (مصطفى، 2003 : 15 و 56):

- 1- الدقة في عرض الحقائق والبيانات.
- 2- النزاهة والتجرد.
- 3- الموضوعية وعرض مختلف الآراء ووجهات النظر.
- 4- الثقة فيما يثبت من أخبار.
- 5- الحياد أو عدم التحيز في تغطية الأخبار.
- 6- المسؤولية المهنية والأخلاقية التي تنعكس في الأداء الإعلامي.
- 7- الحرية والاستقلالية التي تتمتع بها وسائل الإعلام في تغطية الأحداث والأنباء.
- 8- التميز المهني في التغطية الإخبارية.
- 9- الشمول، أو تقديم للتفاصيل الكافية عن الحدث.
- 10- الفصل بين الحقيقة والرأي فيما تقدمه من أخبار.
- 11- إحترام خصوصيات الأفراد.
- 12- العمل من أجل الصالح العام.



13- الإهتمام بما يفكر به الجمهور.

14- الابتعاد عن الإثارة.

وفي دراسته لمصداقية الصحافة الإلكترونية العربية لدى الجمهور السعودي ومقارنتها بالمصداقية التي تحظى بها وسائل الإعلام التقليدية، إستخدم ( العربي، 2005 : 4-6) مقياساً تضمن عدداً من الأبعاد لقياس مدى مصداقية هذه الأخبار، وهي: السمعة الجيدة، والخبرة، والآنية، والإكتمال، والعدالة، وقوة المصدر، والدقة، والمهنية، والعمق، والموضوعية، والموثوقية، والتفاعلية، والحياد أو عدم التحيز.

وفي تناولهم لدراسة مصداقية الأخبار، إعتد (عندليب وآخرون) خمسة أبعاد (دعواها عوامل) وهي: إستقلالية القنوات الإخبارية، والدور الإجتماعي للأخبار التلفزيونية، وموضوعية الأخبار التلفزيونية، وخبرة أو أهلية المصدر، وجودة أو نوعية التقنيات المرئية المستخدمة في تقديم الأخبار (Andaleeb, et. al., 2009: 76-78).

وفي إطار هذا السياق، يعد توفر المناخ المناسب لحرية الرأي والتعبير بعداً هاماً من أبعاد مصداقية وسائل الإعلام، كونه يشكل رافعة لنمو وتقدم وسائل الإتصال الجماهيري ويكسبها ثقة واحترام الجمهور الذي يدعم وجودها وبقائها ويحفزها للبحث عن سبل لتطوير أدائها. ومع أهمية توفر هذا العنصر لنمو وتقدم وسائل الإعلام، إلا أنه يبقى نسبياً، حيث أن توفر هذا العنصر بشكل مطلق غير ممكن، وذلك لأن عملية الإتصال تتم عادة من خلال مؤسسات، صغيرة كانت أم كبيرة، لها مصالحها الإقتصادية، وتعمل في سياق سياسي واجتماعي واقتصادي وفكري معين، ناهيك عن فلسفتها وأهدافها في توصيل الرسالة الإتصالية. ويواجه الأشخاص القائمين على عملية الإتصال أو ما يسمون ( بحراس البوابة) كالمخبر الصحفي والمحرر ورئيس التحرير وغيرهم ممن ينتشرون على شبكة المعلومات، ضغوطات جمة تؤثر على قراراتهم منها ما يتعلق بالكم الكبير من المعلومات والأخبار، أو بتوجيهات أصحاب هذه المؤسسات والسياسة الإعلامية لمؤسساتهم، أو بمنظومة القيم الاجتماعية المقيدة للإعلامي، أو بوكالات الأنباء ومصادر الأخبار وغيرها من ضغوطات تقنية أو فنية أو زمنية تتعلق بإعداد الخبر وبثه، إضافة إلى الضغوطات الذاتية المتعلقة بالإعلامي نفسه كثقافته وشخصيته وطموحاته، والضغط الواقع من قبل الجمهور المتلقي وتوقعاته من الإعلام. وتحت وقع هذه الضغوطات الكثيرة يصنع حراس البوابة قراراتهم ليحددوا للجمهور ما يستمع اليه وما يشاهده، ويحجبوا عنه ما يريدون، إن هؤلاء الأشخاص يغربلون ما يصلهم من أخبار ومعلومات، ويفرزون ما يرونه صالحاً منها للبث. ولهذا يتوجب على الإعلامي الإلمام بالمهارات الإعلامية المتنوعة وأن يكون:

"مدرباً ومتقناً وناضجاً، يتحلى بالقدرة على إصدار الأحكام السليمة، واتخاذ القرارات السريعة التي يستدعيها عمله"(الموسى، 2012: 118-120).

وبالرغم من تزايد وتيرة التحول الديمقراطي في كثير من الدول النامية (والأردن من بينها) مع أواخر القرن الماضي، والمطالب بضرورة ضمان حرية الرأي والتعبير، إلا أن هذه المطالب غالباً ما تصطدم بواقع مرير وهو تعدد الذرائع لدى حكومات الدول النامية، التي عادة ما تسعى إلى تأكيد سياستها وسيادتها وتنفيذ مصالحها، ومن ثم تنظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها أدوات يمكن توظيفها، وفي حال تعارضت مصالحها مع وسائل الإعلام تتسلح بذريعة المصلحة العامة والمصالح العليا والخطوط الحمراء، وما إلى ذلك من ذرائع لتبرر فرض عقوباتها وقبورها على وسائل الإعلام، كإغلاق المؤسسة الإعلامية مؤقتاً أو دائماً، كما حدث لقناة جوسات الأردنية التي تم إغلاقها في شهر آب لعام 2012 ([www.youtube.com/watch?v=xWs3wkGntlg](http://www.youtube.com/watch?v=xWs3wkGntlg))، ومصادرة أعداد الصحف وعدم السماح بنشرها أو توزيعها، و توقيف الصحفيين أو المراسلين ومنعهم من مواكبة عمليات عسكرية، أو حبسهم مؤقتاً، أو إشراف مراقبتهم لحرس عسكري واصطحابهم لمناطق محددة.

وهذا لا ينطبق فحسب على الأنظمة الديكتاتورية بل نجده أيضاً في الأنظمة الديمقراطية ولكن بمستوى أقل، والشواهد على ذلك كثيرة، سواء في أحداث غزو العراق أو في ليبيا أو ما يحدث في سوريا الآن. وقد تلجأ بعض الحكومات إلى تزييف المعلومات بهدف تضليل شعوبها والرأي العام المحلي والعالمي بهدف تحقيق سياساتها وتوجهاتها، وبهدف جر وسائل الإعلام لتبني هذه السياسات والتوجهات، وهذا ما لجأت إليه الولايات المتحدة وبريطانيا لتكسب التعاطف المحلي والدولي لإستخدامها القوة العسكرية لغزو للعراق بحجة إمتلاكه للسلاح النووي (المهداوي، 2009: 48-52).

#### ثانياً: الدراسات السابقة:

تمت عملية مسح الدراسات السابقة على ثلاثة مستويات هي: المحلية الأردنية والعربية والأجنبية. وكشفت عملية المسح عن شح الدراسات المحلية التي تناولت موضوع الدراسة مباشرة، وهو قياس مصداقية الأخبار التلفزيونية في الأردن، وهذا بخلاف ما هو موجود على الساحتين العربية والأجنبية، حيث توجد دراسات عديدة بهذا الخصوص.

## 1- الدراسات المحلية الأردنية:

- دراسة العزام و خزنة كاتبي (2010)، بعنوان: " إتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي"، وهي دراسة مسحية أجريت على المستوى الوطني، وشملت عينة طبقية عشوائية مكونة من 1800 مفردة، وموزعة على أقاليم المملكة الثلاثة، وفقا لعدد السكان، فضلاً عن عينة خاصة من جمهور النخبة تتكون من 200 مفردة ، بهدف مقارنتها مع العينة العامة على المستوى الوطني. واعتمد الباحثان المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي. وهدفت هذه الدراسة الإستطلاعية إلى الكشف عن إتجاهات الأردنيين نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية إزاء عدد من الموضوعات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والأمنية، والكشف عن العلاقة بين هذه الإتجاهات وبين الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الجمهور العام.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- إن مصداقية وسائل الإعلام الأردنية في نشر الأخبار وتناول الأحداث كانت بدرجة "متوسط" من وجهة نظر أفراد العينة.
- كان الرضا العام لأفراد العينة عن أداء وسائل الإعلام الأردنية سلبياً، على الرغم من وجود إتجاهات إيجابية نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية بخصوص عدد من الموضوعات.
- ضعف الدور الرقابي لوسائل الإعلام على أعمال الحكومة والبرلمان، و "هيمنة" الحكومة على وسائل الإعلام الأردنية، وفرضها بعض القيود على حرية وسائل الإعلام في ممارسة نشاطاتها المختلفة.

- دراسة العلاوين (2009)، بعنوان: " تكنولوجيا الإتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية: مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية "أنموذجاً"، وهي دراسة مسحية أجريت على عينة طبقية عشوائية مكونة من 350 موظف وموظفة من موظفي مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى إستخدام تكنولوجيا الإتصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، وأثر هذا الإستخدام على أنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون متمثلاً بمجالات التخطيط، والمتابعة والتقييم، واتخاذ القرارات والموارد البشرية، والإنتاجية، وكفاءة الأداء. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

- وجود أثر دال إحصائي لإستخدام تكنولوجيا الإتصال في مجالات أداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية التالية: التخطيط، والمتابعة والتقييم، واتخاذ القرار، والموارد البشرية، والإنتاجية، وكفاءة الأداء.
- جاء ترتيب مجال كفاءة أداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية بالمرتبة السادسة وما قبل الأخير على سلم تقدير أفراد العينة، بينما جاء مجال التخطيط بالمرتبة الأخير.

- دراسة حرب (2008)، بعنوان: "إتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني"، وهي دراسة مسحية غير منشورة أجريت على عينة عمدية قسدية من المجتمع الأردني بعمر 15 سنة فما فوق، ومكونة من 600 مفردة. وهدفت الدراسة إلى التعرف على إتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني للفترة ما بين 2007-2008، بإستخدام منهج مسح الجمهور. وخلصت الدراسة إلى أن 91.2 % من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني، وأن أكثر الأنماط البرمجية مشاهدة من قبل أفراد العينة، هي البرامج الإخبارية ونسبة 52.2%. وجاءت درجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني بالمجمل منخفضة وبمتوسط حسابي بلغ ( 1,49 ) من (3,0). كما بلغ متوسط الإتجاهات السلبية تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني (2,68) من (3,0).

- دراسة الحسن (2008)، بعنوان: "إتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية"، وهي دراسة مسحية غير منشورة أجريت على عينة عشوائية مكونة من 650 مفردة، شملت خمس جامعات أردنية، ثلاث منها حكومية وإثنتان خاصتان، وهدفت الدراسة إلى التعرف على إتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الفضائيات العربية، وإلى معرفة العادات الإتصالية وأنماط المشاهدة، إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه المحطات. وتلخصت أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- جاءت محطة (mbc1) الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية، تليها: (MBC2) ، (روتانا) ، (الجزيرة الإخبارية) ، و(LBC) . وأما الفضائية الأردنية فقد جاءت بالمرتبة السابعة والأخيرة تفضيلاً للمشاهدة من قبل الطلبة لمجمل المحطات للفضائية العربية.
- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من (1-2) ساعة يومياً في أيام الدوام والدراسة، بينما ترتفع إلى (4 ساعات وأكثر) في أيام العطل ونهاية الأسبوع.

- دراسة عريقات (2007)، بعنوان: " دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الإنتخابات البرلمانية عام 2007"، وهي دراسة مسحية غير منشورة أجريت على عينة غرضية مكونة من 600 مفردة، من سن (18-30) عاماً، تم اختيارهم بطريق العينة الغرضية من أقاليم المملكة الثلاثة، الوسط ، الشمال ، والجنوب. وهدفت إلى التعرف على دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الإنتخابات البرلمانية عام 2007 في إطار نظرية الإعتماد على وسائل الإتصال. ولتحقيق هذا الهدف تم إستخدام منهج مسح الجمهور. وقد تم تحليل محتوى البرامج التي قدمها التلفزيون الأردني أثناء الحملة الإعلامية من خلال إختيار عينة عمدية تمثلت في برنامجي

(صوتك وطن ، وصوتنا)، وتألّفت العينة من (12) حلقة تلفزيونية تم تسجيلها من كافة محافظات المملكة الإثنتا عشر.

وقد خلصت الدراسة إلى ما يلي : كانت أكثر وسائل الإتصال التي تعرض لها الشباب أثناء الحملة الإعلامية لصالح المهرجانات الانتخابية 40.8%، و جاء التلفزيون الأردني في الترتيب السابع في أكثر الوسائل الإتصالية التي تعرض لها الشباب أثناء الحملة الإعلامية وبنسبة 21.3%، وجاءت درجة إعتداد الشباب على التلفزيون الأردني متوسطة. كما أظهرت الدراسة أن التلفزيون الأردني كان له دورا ضعيفا في توعية الشباب أثناء الإنتخابات البرلمانية .

- دراسة بواعنة (1999)، بعنوان: " نشرة الأخبار للرئيسية في التلفزيون الأردني باللغة العربية: للقناة الأولى"، وهدفت إلى التعرف على أبرز خصائص نشرة الأخبار الرئيسة في التلفزيون الأردني، وكذلك معرفة رأي المتخصصين في مجال الإعلام بنشرة الأخبار، وإلى أي مدى حققت النشرة الإخبارية رغبات وإحتياجات الجمهور. وأجريت الدراسة على عينة عمدية (قصدية) مكونة من 55 شخص، جميعهم مختصين في مجال الإعلام وخصوصا الأخبار التلفزيونية، وتم جمع البيانات بواسطة المقابلة الشخصية. وتوصلت للدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- إن النشرة الإخبارية في التلفزيون الأردني تركز بالدرجة الأولى على الجوانب السياسية، سواء المحلية أو الدولية.
- جاء الخبر الدولي بالمرتبة الأولى في النشرة ، بينما جاء الخبر المحلي بالمرتبة الثانية.

## 2- الدراسات العربية:

أما الدراسات العربية التي لها علاقة بموضوع مصداقية وسائل الإعلام المرئية والصحفية والإلكترونية، فهي كثيرة وخاصة في جمهورية مصر العربية، ومن بين أهم هذه الدراسات، هي:

- دراسة للمهداوي ( 2009)، بعنوان: " أخبار العراق في الفضائيات العربية "، و تناولت هذه الدراسة أخبار العراق في الفضائيات العربية من حيث الكشف عن الأشكال الفنية التي إعتمدتها قناتا " الجزيرة" و"العربية" الفضائيتان لأخبار العراق خلال فترة للدراسة، ومدى الموضوعية والتوازن الإخباري الخاص بأخبار العراق في كل من تلك القناتين الفضائيتين. واعتمد الباحث منهج تحليل المضمون لتحليل أخبار العراق في للقناتين الفضائيتين الخاصتين اللتين جرى إختيارهما بصورة قصدية. وتكوّنت عينة الدراسة من ( 72 ) نشرة أخبار من كل من القناتين ، أي بما مجموعه (36) نشرة أخبار تم اختيارها بصورة عشوائية من مجموع النشرات الإخبارية التي بثتها القناتان في فترة محددة.

وأوضحت نتائج الدراسة أن كلا من قناتي "العربية" و"الجزيرة" تعاملتا بإهتمام مع أخبار العراق وملحنها قدرا كبيرا لسببها من الزمن، لكن القناتين اختلفتا في التفاصيل، وبالتالي في مقدار تعاطي كل منهما مع تساؤلات الدراسة ، وافتقدتا إلى التوازن والموضوعية في تناول أخبار العراق.

- دراسة العتيبي ( 2007)، بعنوان: " مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية للحكومية والخاصة "، وهي دراسة مسحية طبقت على عينة عشوائية منتظمة قوامها 600 شخص من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود المنتظمين في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2005 م. واعتمد الباحث منهج المسح بالعينة إلى جانب المنهج المقارن، والذي يتيح للباحث عقد مقارنة بين مصداقية الأخبار في القنوات للتلفزيونية الحكومية و الخاصة في المملكة العربية السعودية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على رأي عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود في المملكة العربية السعودية، في مصداقية الأخبار التلفزيونية الحكومية والخاصة، والكشف عن العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين عدد من المتغيرات كنوعية الخبر وشهرة القناة والجمهور. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ، منها:

- أن الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية أقل مصداقية من الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة.

- أن مصداقية الخبر في التلفزيون يرتبط بالقناة التي يذاع منها الخبر.

- وجود علاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين كل من :موضوع الخبر، شهرة القناة، والجمهور الذي توجه له الأخبار، حيث أظهرت النتائج أن الأخبار الرياضية والأخبار العلمية هي أكثر مصداقية من الأخبار السياسية والأمنية والعسكرية، وأن شهرة القناة تجعل أخبارها ذات مصداقية عالية، وأن الأخبار التلفزيونية الموجهة للمجتمع المحلي تكون أكثر مصداقية من الأخبار الموجهة للمجتمع الخارجي.

- جاء بُعد الوضوح (الوضوح في اللغة والأفكار وأساليب تقديم الخبر) في المرتبة الأولى كأهم أبعاد ومكونات المصداقية في الأخبار التلفزيونية، يليه أبعاد القرب والترتيب والكفاءة، وجاء الحياد في المرتبة الأخيرة كأقل الأبعاد أهمية في مصداقية الأخبار التلفزيونية.

- احتل بُعد الترتيب ( ترتيب الخبر في النشرة حسب أهميته ) المرتبة الأولى كأبرز أبعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية التي تقدمها القنوات الحكومية، فيما جاء بُعد الحرية في المرتبة الأخيرة كأقل أبعاد المصداقية الموجودة في أخبار القنوات الحكومية، بينما احتل بُعد الحرية في الأخبار التلفزيونية التي تقدمها القنوات الخاصة المرتبة الأولى، يليه بُعد القرب من مكان الخبر و الكفاءة المهنية.

- دراسة علي (2006) بعنوان: " مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية/ كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية"، وهي دراسة مسحية أجريت على عينة قوامها 300 مفردة من مستخدمي الإنترنت ووسائل الإعلام المختلفة بمدينتي القاهرة والجيزة في مصر. وإستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. واستهدفت الدراسة تقييم كل من وسائل الإعلام المصرية التقليدية والحديثة، و رصد المتغيرات الوسيطة التي تعضد الثقة أو على العكس تضعف الثقة في وسائل الإعلام المصرية. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:
- أن وسائل الإعلام التقليدية (إذاعة، تلفزيون، صحف) أكثر مصداقية من وسائل الإعلام الحديثة (مواقع الكترونية)، وجاء التلفزيون في المرتبة الأولى من حيث المصداقية لدى أفراد العينة، ومن ثم جاءت الصحف الحزبية في المرتبة الثانية، وجاءت الصحف القومية (الرسمية) في المرتبة الثالثة، والصحف الخاصة جاءت في المرتبة الرابعة، بينما كانت مصداقية الوسائل الحديثة ممثلة في المواقع الإلكترونية الأدنى بينها جميعا.
- وجود علاقة إيجابية متوسطة القوة بين متغيري المصداقية والإعتماد، مما يدعم العلاقة التبادلية بينهما ويؤكد بدوره الارتباط الوثيق بين الإعتماد على وسائل الإعلام من ناحية، والثقة في مضمونها الإخبارية من ناحية أخرى.

- دراسة العربي (2005)، وهي دراسة مسحية بعنوان: " مصداقية الصحف الإلكترونية العربية لدى الجمهور السعودي: دراسة مسحية على متصفح الصحافة الإلكترونية في مدينة الرياض"، واستهدفت التعرف على كيفية تعرض متصفح الصحافة الإلكترونية للأخبار وتحديد المصداقية التي يعطونها لمختلف وسائل الإعلام التقليدية لديهم، وقد إعتد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، واختار عينة البحث من مدينة الرياض وذلك بإستخدام الطريقة الشبكية أو ما تسمى بعينة الكرة الثلجية، وقد إختار 450 مفردة بحثية لتوزيع الإستبانة عليها. وقد توصل الباحث إلى عدد من النتائج، ومنها ما يلي:

- أن أخبار القنوات التلفزيونية بشكل عام قد حظيت بدرجة مصداقية تفوق الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والصحافة والإنترنت، حيث أن قيم متوسطات معظم أبعاد المصداقية فيها أعلى من مثيلاتها في الوسائل الإعلامية الأخرى.
- أن القنوات التلفزيونية تتميز عن الوسائل الإعلامية الأخرى في الأبعاد التالية: الآنية، والمهنية التحريرية، والدقة، وقوة المصادر، أما الإذاعة فإن ما يميزها من حيث القوة هي صفات: الآنية، وقوة المصادر، وما يميزها ضعفاً هو الموثوقية، والدقة، والتفاعلية، أما الصحافة فإنها تتميز بالمهنية التحريرية فيما تقتدر إلى الدقة والموثوقية، وبالنسبة لأخبار الإنترنت فهي تتميز بالآنية والتفاعلية فيما تقتدر إلى الدقة والموثوقية.

- أن الموثوقية هي نقطة ضعف مشتركة لكل من الإذاعة والصحافة والإنترنت، بينما تتمتع أخبار القنوات التلفزيونية بموثوقية أعلى من المتوسط لدى الجمهور.

- دراسة القرني (2003) بعنوان "معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية: دراسة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة"، وإستهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين السلطة والصحافة في ضوء النظريات الإعلامية المختلفة وهذا في الجانب النظري، وأما في الجانب التطبيقي فاستهدفت التعرف على حجم التغطية الصحافية لمختلف القطاعات الحكومية والخاصة في المملكة العربية السعودية، وخاصة تلك المعنية بالقطاعات الخدمية في المجتمع؛ والتعرف على اتجاهات التغطية الصحافية للقطاعات الحكومية والخاصة؛ إضافة إلى التعرف على إختلاف التغطية في فترتين زمنييتين، قبل وبعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر. وقد إعتد الباحث ملهج تحليل المضمون للصحافة السعودية ممثلة في صحيفتي الرياض والجزيرة، للتعرف على طرق معالجتها للقضايا والموضوعات المحلية، وخاصة ذات العلاقة بالأجهزة الخدمية في المجتمع السعودي.

وكشفت نتائج هذه الدراسة نموذجاً جديداً في مفهوم الصحافة النقدية بعد أحداث 11 سبتمبر، حيث وجدت أن معظم مساحات الرأي في الصحافة السعودية، وهو إعلام مطبوع وبعد إعلاماً خاصاً، مثلت توجهها نقدياً عاماً في الصحافة، وبنسبة تقترب من 70%. وهذه النتيجة مرضية جداً، من وجهة نظر الباحث، حيث تأتي على عكس ما يراه البعض أن الصحافة السعودية هي صحافة دعائية بالدرجة الأولى. هذا بينما يقر الباحث أنه بالنسبة إلى الإعلام المرئي والمسموع والذي يعد إعلاماً رسمياً، تختلف النتيجة، حيث أن الإتجاه العام في الإعلام الرسمي هو إلى الجانب الدعائي، أكثر منه في الجانب النقدي.

- دراسة مصطفى (2003) بعنوان : "مصادقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر: دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق": وهي دراسة مسحية أجريت على عينة قوامها 100 شخص من القيادات السياسية والحزبية والفكرية والعلمية، وهدفت إلى التعرف على تقييم أفراد العينة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق في وسائل الإعلام المحلية والعربية والدولية. واستخدمت الباحثة المنهج المسحي التحليلي في وصف وتحليل البيانات الواردة في دراستها.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أهمها:

- انخفاض مستوى المصادقية في أداء وسائل الإعلام بشكل عام، لافتنقاد وسائل الإعلام لبعض أبعاد المصادقية من موضوعية ودقة وحرية ومهنية وموثوقية.



- تقدمت وسائل الاعلام المسموعة والمرئية على باقي الوسائل الاعلامية من حيث انها كانت أكثر مصداقية في تغطيتها لأخبار الحرب على العراق من وجهة نظر افراد العينة، وجاءت القنوات التلفزيونية بشكل عام في المرتبة الأولى بين وسائل الاعلام من حيث توافر ابعاد المصداقية.

- عدم وجود ارتباط بين متغيري الاعتماد والمصداقية، إذ على الرغم من أن وسائل الاعلام الأجنبية لم تكن المصدر الأول للحصول على المعلومات عن الحرب على العراق من قبل النخبة المصرية، إلا أنها احتلت المرتبة الأولى من حيث توافر ابعاد المصداقية في تغطيتها لأخبار الحرب على العراق، وقد أرجع افراد العينة مصداقية قنوات التلفزيون الأجنبية إلى توافر بُعدي الدقة والشمول في التغطية الإخبارية.

- جاءت الصحف والمجلات العربية في المرتبة الأخيرة من حيث التزامها بابعاد المصداقية في تغطيتها لأحداث الحرب على العراق وذلك بنسبة 8.3%.

- احتلت الموضوعية المرتبة الثانية بنسبة 28.5% بعد بُعدي الدقة والشمول في تغطية الأخبار، بينما احتلت المهنية المرتبة الثالثة بنسبة 27.9%، هذا بينما احتلت الحرية في التغطية الإخبارية أدنى مرتبة بنسبة 9.4% فقط.

- دراسة نصار (2003) بعنوان : "تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية " : وهي دراسة مسحية أجريت على عينة عمدية من قراء الصحف المصرية في مدينتي القاهرة وأسيوط بلغت 250 شخص. ولأغراض البحث اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي. وقد استهدفت الدراسة التعرف على رصد أهم الصحف التي تقرأها الصفوة المصرية ودوافع قراءتهم لها وتحديد مدى أهمية الصحف المصرية بالنسبة للصفوة بالمقارنة مع الصحف العربية والأجنبية ووسائل الاعلام الأخرى، وتأثير إدراك الصفوة لقيم الممارسة المهنية والأخلاقية للصحافة المصرية من خلال تأثير المصداقية على استخدام الصفوة لتلك الصحف. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

- إن مصداقية التلفزيون المصري بدأت في التراجع عندما دخلت مجال المقارنة مع القنوات الفضائية العربية والأجنبية الإخبارية والتي تقدم تغطية متكاملة وأكثر شمولية للأخبار طبقاً لآراء المبحوثين.

- تقدم التلفزيون المصري والقنوات الفضائية العربية الإخبارية على غيرها من وسائل الاعلام المصرية الأخرى بما فيها الصحافة كمصادر للمعلومات.

- أن مصداقية الخبر في التلفزيون ترتبط بالقناة التي يذاع منها الخبر وليس بشخص مذييع النشرة كما هو الحال في الغرب.

- دراسة كامل (1998م)، وهي دراسة مسحية بعنوان "مصدقية التلفزيون"، وقد أجريت على عينة عشوائية طبقية من مدينة القاهرة الكبرى بلغت 960 مفردة، واعتمدت الباحثة في دراستها على الملهج المقارن حيث عمدت إلى المقارنة بين وسائل الإعلام المختلفة من حيث درجة المصدقية التي تحظى بها كل منها لدى الجمهور، واستخدمت في الدراسة صحيفة الاستقصاء بالمقابلة كأداة لجمع البيانات من العينة. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مصدقية وسائل الإعلام ممثلة في الصحافة والإذاعة والتلفزيون الحكومي المصري، والمقارنة بين درجة المصدقية التي تحظى بها كل وسيلة لدى الجمهور مقارنة بغيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- ارتفاع مصدقية الأخبار التلفزيونية لدى عينة البحث، حيث بلغت نسبة مصدقي الأخبار التلفزيونية 95.0% من مجموع عينة الدراسة.
- أن أكثر الأسباب التي تحول دون مصدقية نشرات الأخبار التلفزيونية لدى عينة البحث هي: أنها تقدم ما تريده الحكومة وذلك بنسبة 62.9%، ثم وجود قدر من المبالغة فيها بنسبة 22.9%، ثم عدم اهتمامها بمتابعة الأخبار المحلية من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 8.6%.
- أن من الأسباب التي تجعل الأخبار التلفزيونية تكتسب مصدقية أكبر لدى المشاهد هي أنها تقدم الأخبار بالصورة والدلائل بنسبة 73.3%، يليها متابعة الأحداث المحلية بنسبة 14.2%، وكون التلفزيون مصدر ثقة بنسبة 5.3%، واهتمام نشرات الأخبار التلفزيونية بتحليل الأخبار والتعليق عليها بنسبة 4.8%.
- تفوق التلفزيون كوسيلة إعلامية جماهيرية من حيث درجة المصدقية على الصحافة والراديو، كما أن ارتفاع نسبة الأمية في المجتمع المصري ساهمت في ارتفاع التعرض للتلفزيون أكثر من الصحف والراديو مما أدى أيضا إلى ارتفاع نسبة المصدقية للتلفزيون من خلال وجهة نظر عينة البحث.

- دراسة نوير (1998) وهي دراسة مسحية بعنوان: "مصدقية الإذاعة لدى الجمهور المصري: الإذاعة المصرية - العربية - الأجنبية الناطقة بالعربية دراسة مقارنة": وقد حاول الباحث في دراسته اكتشاف مدى المصدقية التي يوليها الجمهور المصري للإذاعة سواء كانت قومية أو عربية أو أجنبية، بأبعادها المختلفة والمقارنة بين هذه الإذاعات من حيث درجة مصداقيتها لدى الجمهور، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهجين الوصفي التحليلي والمقارن، وطبق الدراسة على عينة عشوائية طبقية بلغت 1000 شخص لإتاحة الفرصة لتمثيل كل طبقات المجتمع على أن تشمل ذوي مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة، وقد اختار الباحث كلاً من مدينة القاهرة والجيزة والقليوبية لإختيار عينة البحث منها حسب نسبة السكان في كل مدينة. ومن بين النتائج المهمة التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- ارتفاع مصداقية الإذاعة المصرية مقارنة بالإذاعات العربية أو الأجنبية الناطقة بالعربية حينما تكون هناك أحداث هامة في مصر. فقد ذكر 77.3% من مستمعي الإذاعة أنهم يبادرون بالاستماع إلى الإذاعات المصرية، مقابل 21.3% فقط يبادرون بالاستماع إلى الإذاعات الأجنبية الناطقة بالعربية، و 1.3% يبادرون بالاستماع إلى الإذاعات العربية.
- أن 87.0% من مستمعي الإذاعة يصدقون الأخبار التي يسمعونها من خلال الإذاعة المصرية، مقابل 12.6% من العينة لا يصدقونها، وأن 1.2% يصدقونها أحياناً.
- أن السبب الأول في تصديق الأخبار التي تبثها الإذاعة هي معاشة الأحداث، والانتقال إلى موقعها، وتحقيق السبق الإعلامي.
- أن 59.0% من مستمعي الإذاعات العربية يصدقون ما تبثه من مواد إعلامية، فيما لم يصدقها 40.8% من عينة البحث، و 30.0% ممن لا يصدقون الإذاعات العربية يعتقدون بأنها متحيزة كونها لا تنشر الحقيقة عما يحدث داخل دولها، فيما ذهب 7.5% من أفراد العينة بالقول بأن هذه الإذاعات ضد مصر وبالتالي تفقد مصداقيتها، وقد أشار 25.0% من أفراد العينة من أن هذه الإذاعات غير صادقة أو تفتقر للموضوعية أو لعدم الثقة فيها.

### 3- الدراسات الأجنبية:

هناك العديد من الدراسات الأجنبية التي تناولت موضوع مصداقية وسائل الإعلام حيث كان الباحثون الغربيون وخاصة الأمريكيان من أوائل الدارسين لموضوع مصداقية الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى، ومن أهم الدراسات التي لها علاقة بموضوع الدراسة، هي:

- دراسة عندليب وآخرون (Andaleeb, et. al., 2009) بعنوان: "مصداقية الأخبار التلفزيونية في الدول النامية : حالة بنغلادش" : وهي دراسة مسحية لعينة قسدية ممن يملكون جهاز تلفزيون في منازلهم قوامها 300 مفردة وشملت جمهور العاصمة دكا، ولم تشمل الجمهور في المناطق الريفية. وأجريت مع أفراد العينة مقابلات مباشرة إستهدفت رب الأسرة، وفي حال عدم وجوده في المنزل تم إجراء المقابلة مع أكبر شخص عمراً موجود في المنزل، وكان مستوى الاستجابة 76%.

واستخدم الباحثون في دراستهم المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي. وهدفت الدراسة إلى التعرف على تصورات المواطنين من مصداقية الأخبار التلفزيونية في بنغلادش، و الكشف عن أفضل العوامل التي تفسر مصداقية الأخبار التلفزيونية للمشاهدين.

- ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي:
- كان حكم الجمهور البنغالي على الاخبار التلفزيونية بأنها ذات مصداقية، على الرغم من ان محطات التلفزيون في بنغلادش عموماً مملوكة من قبل مجموعات سياسية بارزة أو رجال اعمال ، وغالباً ما تخضع للنفوذ السياسي والتجاري.
- كلما كانت القناة التلفزيونية تتمتع بدرجة عالية من الإستقلالية ، كلما كانت أخبارها أكثر مصداقية من وجهة نظر الجمهور.
- كلما كانت خبرة القنوات التلفزيونية في تقديم الأخبار كبيرة من وجهة نظر المشاهدين، كلما كانت أخبارها أكثر مصداقية.
- كلما زادت موضوعية القنوات التلفزيونية، كلما كانت أخبارها أكثر مصداقية للمشاهدين.
- إن نوعية الجمهور تلعب دوراً في التقييم الموضوعي لمصداقية الأخبار، فتدني مستوى معرفة القراءة والكتابة، وعدم وجود بديل للخطاب، وسطحية التقارير الإخبارية، قد تضعف موضوعية التقييم لدى الجمهور، وتجعله يصدق كل ما يسمع.

- دراسة عبدالله وآخرون (Abdullah, et. al. , 2002) بعنوان "مصداقية الخبر في الصحافة والتلفزيون والصحافة الإلكترونية": وهي دراسة مسحية أجريت في أمريكا على عينة عنقودية من الأمريكيين البالغين ( 18 سنة فأكثر) ، واستخدم الباحثون المنهج المسحي، واستهدفت هذه الدراسة رصد أوجه التشابه والاختلاف في إدراك الجمهور لمصداقية الخبر في وسائل الإعلام. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ومنها:

- أن التلفزيون يعتبر الوسيلة الأساسية للأخبار تليه الصحافة ثم الإنترنت.
- أن وسائل الإعلام تختلف باختلاف الأخبار المفضلة لدى المشاهدين، فالمشاهد الذي يفضل الأخبار المحلية والقومية يستخدم الصحافة والتلفزيون، والمشاهد الذي يفضل الأخبار القومية والدولية يتعرض للإنترنت.

- دراسة ديوب (Dube, 1998) : وقد اهتمت هذه الدراسة برصد المتغيرات التي تؤثر في أحكام المبحوثين بشأن مصداقية وسائل الإعلام. وقد اعتمد الباحث على المنهج التجريبي القائم على القياس القبلي- البعدي لأربع مجموعات تجريبية بهدف قياس تأثيرات متغيري نوع الموقف الاتصالي وتخصص المصدر على تصديق أفراد العينة للرسالة الإعلامية. وقد أظهرت نتائج الدراسة أنه في حالة الموقف الاتصالي غير الإقناعي يركز المبحوثين إهتمامهم على كل من المصدر والرسالة، على حين يركز أفراد العينة إهتمامهم الأساسي في المواقف الإقناعية على المصدر ومؤهلاته وكفاءته العلمية والمهنية.

- دراسة ماجور و اتواد (Major and Atwood, 1997): وركزت هذه الدراسة على قياس العلاقة الارتباطية بين مضمون الرسالة الإعلامية، وتقييم الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام عبر الزمن. وقد قام الباحثان بإجراء دراسة ممتدة (قبلية/ بعدية) تم فيها مسح 629 شخصاً على مرحلتين خلال عامي 1990-1991. وقد اشتمل المسح على قياس التغيرات التي تطرأ على اتجاهات الجمهور نحو صدقية للتنبؤات بالكوارث الطبيعية. وقد أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين أهمية الحدث أو القضية التي تطرحها وسائل الإعلام، وتقييم الجمهور لمصداقية المضمون الإخباري. ومن ناحية أخرى لم يطرأ تغيير في تقييم الجمهور لمصداقية الراديو والتلفزيون عبر الزمن.

- دراسة برادلي (Bradly, 1997) وهي بعنوان "تعزيز مصداقية مؤسسات وسائل الإعلام : تحليل تجريبي يشمل هيئات أخبار تلفزيونية محلية والشبكة العنكبوتية العالمية": وهي دراسة مسحية أجريت على 169 مفردة من طلاب وخريجي جامعة تينيسي الأمريكية. واعتمد الباحث في دراسته على الملهج التجريبي من خلال التصميم القبلي- البعدي لمجموعتين تجريبيتين، وقد تم تصميم المعالجة التجريبية من خلال موقع إخباري على الإنترنت يحوي معلومات سياسية عن السباق المحلي لانتخابات الكونغرس الأمريكي. وهدفت الدراسة إلى قياس الفروق في إدراك أفراد العينة لمصداقية المعلومات الصادرة عن المصادر الإخبارية الرسمية (الحكومية)، في مقابل تلك الصادرة عن المصادر الإخبارية التي تنتمي إلى جماعات الضغط والمصالح، وتحديد ما إذا كان مصدر المعلومة له أي تأثير على مصداقيتها. بالإضافة إلى ذلك، فإن هذه الدراسة سعت إلى تحديد ما إذا كان توفر المعلومات باستفاضة من خلال الشبكة العنكبوتية العالمية من شأنه أن يعزز من صورة المحطة التلفزيونية أو مصداقيتها كمصدر للمعلومات. وأهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج التالي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إكتساب وتصديق المعلومات الصادرة عن المصادر الرسمية مقارنة بتلك الصادرة عن مصادر جماعات الضغط والمصالح- أي المصادر غير الرسمية.
- أن هناك الكثير مما يتعين تعلمه حول المصداقية، وعلى الأخص، عندما تتعلق بالشبكة العنكبوتية العالمية، ومعظم الذين خضعوا لهذه التجربة أعطوا تقييماً مرتفعاً جداً للشبكة العنكبوتية كمصدر للمعلومات السياسية يمكن الاعتماد عليها، فبعد إطلاعهم على موقع الشبكة التجريبي شعر الخاضعون للدراسة بأن المعلومات الموجودة على الموقع كانت أقل الحيازاً وأكثر عمقاً من نشرات الأخبار التلفزيونية.
- لم تظهر أية اختلافات ذات أهمية من الناحية الإحصائية بين مصادر الشبكة المألوفة وغير المألوفة كي يتبين ما إذا كان المصدر يؤثر على الدقة المستوعبة للمعلومة أو

قيمتها، ومع ذلك أظهرت البيانات ارتفاعاً بنقاط قليلة لصالح المصادر المألوفة، وربما يكتشف أن لبعض هذه الاختلافات أهمية إحصائية في حال كان حجم العينة أكبر.

- دراسة كولديب وآدمز ( Kuldip And Adams, 1990 ) وكانت بعنوان " مصداقية الأخبار الآسيوية التي تبثها إذاعة صوت أمريكا وهيئة الإذاعة البريطانية " : وقد اهتمت هذه الدراسة برصد رد فعل المستمعين في آسيا تجاه الأخبار الآسيوية التي تبثها كل من إذاعة صوت أمريكا وهيئة الإذاعة البريطانية، وذلك بهدف تقييم وتحليل مصداقية الإذاعتين من خلال كفاءة مصدر المعلومات، والأمانة والتوازن في عرض مكونات الخبر ، ومدى إستخدام أسلوب الدعاية في مواضعها المناسبة، وتحديد العناصر الأساسية المكونة للأخبار، وقد إختار الباحثان شهر نوفمبر من عام 1988 م كمجال زمني للدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

- أن إذاعة صوت أمريكا تتفوق على الإذاعة البريطانية في دقة أخبارها وتنوع مصادرها وتغطيتها من كافة الجوانب.

- أن الإهتمام الأكبر من قبل المستمعين لإذاعة صوت أمريكا كان بحرب أفغانستان، فيما كان مستمعو هيئة الإذاعة البريطانية يهتمون بالسياسة الداخلية لباكستان، وقد رأى مجتمع الدراسة أن هيئة الإذاعة البريطانية تعتمد إلى التهويل والمبالغة في إذاعة الخبر الصادق لأنها تلتزم بالأمانة والصدق في إذاعة الخبر ولكنها تملأ تفاصيله بالتهويل والمبالغة.

- دراسة جازبالو وماغراث " الدراسة ب" (Gaziano and McGrath, 1986) بعنوان " قياس مفهوم المصداقية " : وهي دراسة مسحية لعينة قوامها 875 شخصا تراوحت أعمارهم ما بين (18-65) عاماً في الولايات المتحدة الأمريكية، فضلاً عن إجراء نقاش متعمق مع ست مجموعات مستهدفة. وقد اعتمد الباحثان المنهج الوصفي التحليلي وعلى الأسلوبين الكمي والكيفي ، واستهدفت الدراسة رصد العلاقات القائمة بين متغيري المصداقية ونوع الوسيلة الإخبارية. وحددت الدراسة 12 بُعداً للمصداقية منها: الإنصاف، عدم التحيز أو الحياد، التوازن، الثقة، الإكتمال، الوضوح، الواقعية، كفاءة الصحفي، فصل الرأي عن الوقائع، الدقة، واحترام الجمهور ومراعاة اهتماماته. وقد أبرزت النتائج ما يلي:

- إرتفاع مستوى مصداقية كل من الصحافة والتلفزيون مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.
- إن أفراد العينة يتقنون في كل من الصحف والتلفزيون، إلا أنه في حالة المفاضلة بين الوسيلتين فإنهم يفضلون التلفزيون بوصفه الأصدق في إستقاء المعلومات القومية والدولية وفي ما يتعلق بتغطية الكوارث الطبيعية، على حين تمثل الصحف المصدر الأصدق في حالة القضايا المعقدة أو الجدلية، فضلاً عن الموضوعات ذات الطابع المحلي.
- إن أفراد العينة يؤيدون حرية الصحافة عندما تقوم بمراقبة الحكومة وفي المقابل لا يدعمون هذا التوجه إذا كان الأمر يتعلق بالتعرض لحقوق الناس العاديين.
- إن دعم أفراد العينة لحرية الصحافة ليس له علاقة بالمصداقية.

## ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة، وهي التي غالباً لا تخرج عن المنهج المسحي، وجد الباحث أن تلك الدراسات تتفق مع الدراسة الحالية في المنهجية وطريقة اختيار العينة. وقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في وضع تساؤلات الدراسة واختيار الأبعاد والقيم التي تتكون منها المصدقية، و في تصميم الاستبانة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة.

وبخلاف الكثير من الدراسات السابقة التي تناولت مصداقية وسائل الإعلام على إطلاقها، تقليدية وحديثة، ولجميع البرامج التلفزيونية، ركزت الدراسة الحالية على البرامج الإخبارية التلفزيونية فقط. كما أنها الدراسة الأولى في الأردن التي تناولت دراسة مصداقية الأخبار في القنوات الفضائية الحكومية والخاصة. إضافة إلى ما سبق، فقد تناولت هذه الدراسة علاقة الإعلام بالسلطة ومدى توفر المناخ الملئم لحرية الرأي والتعبير كأحد العوامل الهامة والرئيسة لنمو وسائل الإعلام وتطورها وتقدمها، وذلك من خلال عقد مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية (الرسمية) والقنوات الخاصة في الأردن.

## الفصل الرابع

### منهجية الدراسة

يتضمن هذا الفصل الموضوعات التالية: منهج الدراسة، تعريف المصطلحات، حدود الدراسة، عينة الدراسة، أداة الدراسة، اختبار الصدق والثبات، واسلوب التحليل الاحصائي.

#### منهج الدراسة:

تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الإستطلاعية الوصفية، ولذا اعتمد الباحث المنهج المسحي (بشقيه الوصفي و التحليلي) كونه يقوم على دراسة الظواهر كما هي في الواقع والتعبير عنها بشكل كفي وكمي، و يهتم أيضا بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع وتحديد الممارسات الشائعة والسائدة، والتعرف إلى المعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات وطرائقها في النمو والتطور، كما يشمل محاولات للتنبؤ بوقائع المستقبل. ولذلك فهو المنهج الأنسب لوصف وتحليل البيانات الإحصائية، والتعرف على العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة.

واعتمد الباحث أيضا على المنهج المقارن لتحديد أوجه الشبه والاختلاف، واستنباط المقارنة بين فئات العينة المختلفة من جهة وبين القنوات الحكومية والقنوات الخاصة من جهة أخرى . ولمعالجة البيانات والاختبارات الإحصائية، تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية Statistical Package for Social Sciences ، والتي يرمز لها اختصارا بالرمز (SPSS).

#### مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع العينة من أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين العاملين في المؤسسات الصحفية ووكالة الأنباء الأردنية ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون ومراسلو الصحف الخارجية والبالغ عددهم 970 عضوا (نقابة الصحفيين الأردنيين: <http://www.jp.a.jo/arabic/default.aspx>).

وبتاريخ 2012/6/19 تم مراجعة نقابة الصحفيين للحصول على نسخة مرقمة بأسماء أعضاء الهيئة العامة مزودة بأرقام هواتفهم، وبلغ عددهم بموجب قائمة السجل 970 عضواً. وقد تم سحب عينة عشوائية بنسبة 20% أو ما عدده 194 اسماً من بين أسماء القائمة وفقاً للأكلية التالية: تم تقسيم العدد الإجمالي لأعضاء النقابة وهو 970 على عدد أفراد العينة المسحوبة وهو 194 وكان الناتج 5، و هذا الناتج هو المسافة بين كل فرد مختار وآخر في قائمة الأسماء ، وبهذا يكون الفرق بين هذا الناتج والرقم 1 في القائمة هو 4 ويضاف العدد 4 إلى كل رقم



نختاره من القائمة، وأول رقم تم اختياره عشوائيا من القائمة هو الرقم الفردي 3، ومن ثم يكون الرقم الذي يليه هو الرقم 7، والذي يليه هو 11 وهكذا، وبهذه الطريقة تم الحصول عشوائيا على 194 عضوا من القائمة.

#### أداة جمع البيانات:

و لأغراض هذه الدراسة المسحية قام الباحث بإعداد استبانة كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وتضمنت ستة أجزاء وهي:

- 1- الجزء الأول: ضم بيانات تتعلق بخصائص افراد العينة، و تتضمن: العمر، النوع الاجتماعي، الحالة الاجتماعية، عدد افراد الأسرة المعالة، معدل الدخل الشهري، مدة العضوية في النقابة، المستوى التعليمي، التخصص الدقيق للدراسة، و مجال العمل الحالي.
- 2- الجزء الثاني : احتوى اسئلة لقياس مدى متابعة واهتمام افراد العينة بنشرات الأخبار والقنوات المفضلة لديهم في متابعة الأخبار، ومدى اعتمادهم على هذه القنوات في الحصول على الأخبار.
- 3- الجزء الثالث: تضمن فقرات لقياس دوافع المشاهدة للقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة لدى أفراد العينة.
- 4- الجزء الرابع : تضمن فقرات لقياس آراء افراد العينة حول عناصر ومكونات المصداقية في الأخبار التلفزيونية.
- 5- الجزء الخامس: تضمن فقرات لقياس آراء افراد العينة حول مدى مصداقية الأخبار التلفزيونية في كل من القنوات الحكومية والقنوات الخاصة.
- 6- الجزء السادس: تضمن فقرات لقياس آراء افراد العينة في العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين موضوع الخبر الذي تبثه القناة.

#### إختبار الصدق والثبات:

يُعد الإختبار صادقا إذا كان يقيس ما أعد لقياسه فقط، ويكون الإختبار ثابتا إذا كان يؤدي إلى نفس النتائج في حالة تكراره، خاصة إذا كانت الظروف المحيطة بالإختبار والمختبر متماثلة في الإختبارين.

وللتأكد من صدق أداة القياس تم عرض الاستبيان بعد تصميمه وموافقة المشرف عليه على ثلاثة أساتذة في كلية الإعلام بجامعة اليرموك بهدف تحكيمه(\*)، وطلب منهم إبداء الرأي في مدى صحة عبارات الاستبانة وملاءمتها لما وضعت من أجله، كما طلب منهم وضع أي ملاحظات يرونها مناسبة، وقد أخذ الباحث بمعظم الملحوظات التي اقترحتها الأساتذة المحكمين.

---

(\*) المحكمون: الدكتور حاتم علونة، الدكتور علي النجادات، والدكتور عادل صادق.

وللتأكد من ثبات الأداة تم القيام باختبار (Test-Retest)، وذلك بتوزيع 20 استبانة على أعضاء من نقابة الصحفيين الأردنيين كعينة استطلاعية أولية (test-retest) للتأكد من وضوح فقرات الاستبانة بالنسبة لأفراد العينة، وتم فحص الإتساق الداخلي لفقرات الاستبانة بحساب معامل كرونباخ ألفا (Cronbach alpha) وقد بلغت قيمته 0,89 وهذه قيمة عالية ومقبولة لأغراض البحث العلمي. وبعد ذلك تم توزيع 194 استبانة على أفراد العينة ، وبعد جمعها تبين وجود 14 منها أو مانسبته 7.2% غير مكتملة فتم استثنائها، وبالتالي أصبح عدد الإستبانات الصحيحة والمستخدم 180 إستبانة.

### أساليب التحليل الإحصائي:

ولغايات التحليل الإحصائي، تم استخدام الأساليب الإحصائية التي تتناسب وطبيعة هذه الدراسة من خلال برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية والمعروف ببرنامج (SPSS)، وذلك على النحو التالي:

1- التكرارات (Frequency)، النسب المئوية (percentage)، والمتوسط الحسابي (arithmetic mean)، والانحرافات المعيارية (Standard deviations)، وذلك بهدف التعرف على الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة وتحديد استجابات أفرادها إزاء العبارات الواردة في الاستبانة.

2- اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، و اختبار مقارنة متوسط الاتجاهات (Independent Sample T-Test)، واعتماد مستوى الدلالة 0,05 الذي يقابله مستوى ثقة 95%، وذلك بهدف التعرف على وجود فروقات ذات دلالة احصائية بين متوسطات المجموعات المختلفة لمتغيرات الدراسة.

3- اختبار LSD وذلك لتحديد مصادر الفروق البعدية بين تقديرات افراد العينة والتي تعزى للخصائص الديمغرافية إن وجدت.

ولتقييم فقرات الاستبانة تم استخدام المقياس التالي:

تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، حيث أعطيت الإجابات اوزانا كالتالي: (أوافق بشدة /أو كبيرة جدا) الرقم 1، والإجابة (أوافق/ أو كبيرة ) الرقم 2، والإجابة (لا رأي/ أو متوسطة) الرقم 3، والإجابة (لا أوافق/ أو قليلة) الرقم 4، والإجابة (لا أوافق بشدة/ أو قليلة جدا) الرقم 5، ويتضمن هذا المقياس 4 مسافات. واعتمدت 3 فئات للتقييم وهي: مرتفع، متوسط، ومنخفض. ويتقسم عدد المسافات على عدد الفئات ( $4 \div 3 = 1,33$ ) يكون الناتج 1,33 ، وبإضافة هذا الرقم الى الرقم 1 وهو قيمة الإجابة الأولى على المقياس الخماسي (أوافق بشدة /أو كبيرة جدا) فيصبح

- طول فئات التقييم كما يلي: مرتفع (من 1 إلى أقل من 2,33)، متوسط (من 2,33 إلى أقل من 3,66)، متدنٍ (من 3,66 إلى أقل من 5)، وبالتالي فإن تقييم فقرات الإستبانة يكون كالتالي:
- الفقرات ذات المتوسط الحسابي من 1 إلى أقل من 2,33، يكون تقييمها مرتفع.
  - الفقرات ذات المتوسط الحسابي من 2,33 إلى أقل من 3,66، يكون تقييمها متوسط.
  - الفقرات ذات المتوسط الحسابي من 3,66 إلى 5، يكون تقييمها متدنٍ.

#### حدود الدراسة:

وتتمثل بحدود زمنية وحدود مكانية:

- حدود زمنية: تم تنفيذ هذه الدراسة في الفترة ما بين الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 2011/2012 والفصل الأول 2012/2013.
- حدود مكانية: اقتصر الباحث عينته على أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين.

#### محددات الدراسة:

وتتمثل في أن الدراسة اشتملت على الصحفيين أعضاء النقابة ولم تشمل على مجتمع أوسع يشمل المتلقين من المثقفين أو أعضاء نقابات مهنية أخرى أو عامة الشعب وغيرهم.

#### تعريف المصطلحات الاجرائية:

تتمثل مصطلحات الدراسة التي تستدعي التعريف بالتالي:

للمصادقية: تعرف المصادقية بأنها: "درجة قابلية سلوك طرف معين لأن يصدق الطرف الآخر، وفي المجال الإعلامي فإن تعريف المصادقية يتجه صوب الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي، وهذه الأدلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقويم مدى مصداقية المادة الاعلامية" (مصطفى، 2003 : 13-12). وتعرف للمصادقية أيضا بأنها:

" نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية بحيث يتوافر فيها كل أبعاد الموضوع والاتجاهات المطروحة بطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة ودقة في عرض المعلومات وفصلها عن الآراء الشخصية التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة وتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة، بحيث تتسق مع آراء الآخرين التي تطرحها الصحيفة أو الكاتب في وقت آخر، أو في موضع آخر، وذلك في إطار من التعمق والشمول، يراعي علاقة الخاص بالعام وربط الجزء بالكل شرط أن تعكس هذه المادة الصحفية أولويات الإهتمام عند الجمهور" (عبدالله، 2006: 26-29).

ويتضح من التعريفين أعلاه أن معنى المصادقية يتضمن العديد من الأبعاد ذات الصلة بالقائم بالاتصال والوسيلة ذاتها والرسالة الإعلامية ومصدرها، فضلا عن خصائص الجمهور ومناخ الرأي السائد في المجتمع المعين نحو القضايا البارزة خلال فترة زمنية معينة.

وأجرائها، ولأغراض هذه الدراسة، تم تعريف المصداقية بأنها المعالجة المهنية لتقديم المادة الخبرية بموجب الأبعاد (أو المعايير والمؤشرات) التي يمكن من خلالها تقييم مدى مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الأردنية، الحكومية منها والخاصة، وتتضمن التالي: الحرية (عدم وجود قيود حكومية تحد من إمكانية التعبير، وإبداء الرأي، وتقديم الأخبار بسقف عالٍ من الحرية)، الثقة (الموثوقية في مصدر الخبر، تحظى بثقة المشاهد)، الموضوعية (التجرد والنزاهة والحياد والتوازن في نشر الخبر)، الشمول (تقديم جميع عناصر الخبر والتفاصيل الكافية عن الحدث)، الاستقلالية (عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة)، الدقة (إثبات المصدر والتواريخ والأرقام والإحصاءات، تقديم الأخبار بدقة)، الحياد (تقديم الأخبار دون انحياز من طرف المرسل)، القرب من الحدث (تقديم الأخبار القريبة والمهمة للمواطن)، الإنصاف في تقديم الخبر (تقديم الأخبار بطريقة منصفة)، الخبرة (المعرفة للواسعة في مجال الإعلام)، الأمانة (تقديم الخبر كما هو دون تشويه الحقيقة)، وضوح الخبر (الوضوح في اللغة والأفكار وأساليب تقديم الخبر، وتقديم الشواهد والأدلة والأمثلة)، المسؤولية الاجتماعية (تناول الأحداث التي تمس مصالح الجمهور)، والكفاءة (إذاعة الأخبار بمهنية عالية).

الثقة: هي عملية تخص العلاقة بين الصحفيين والجمهور، أو عقد اتفاق بين المنتجين للأخبار والمستهلكين. وتشير الثقة إلى وجود اعتقاد إيجابي نحو مدى الموثوقية في الاعتمادية والثقة التي ينظر إليها في شخص أو كائن أو عملية (Andaleeb, et.al., 2009: 79).

وأجرائها، تم تعريف الثقة بأنها: الموثوقية في مصدر الخبر، وتصديق الخبر وإمكانية الاعتماد عليه.

الاستقلالية: تعرف استقلالية أخبار التلفزيون بأنها " حرية قناة التلفزيون من نفوذ الحكومة وأصحاب المصالح المختلفة". وتشير الاستقلالية إلى أن تكون القناة خالية من التحيز السياسي، ونفوذ المالكين، ومصالح مساهميها، وأن لا يكون لمراسليها أي دوافع سياسية (Andaleeb, et.al., 2009: 79).

وأجرائها، تم تعريف الاستقلالية بأنها: عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة.

المسؤولية الاجتماعية: وتعرف بأنها "دور القنوات التلفزيونية الذي ينظر إليه في رفع مستوى الوعي والضمير لدى المشاهدين". ويشير إلى الدور الهام الذي قد تلعبه القناة التلفزيونية في حل

المشاكل السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وبناء الوعي بالقضايا البارزة في المجتمع، وتتنبى حملات دعائية من أجل القضايا المجتمعية الصحيحة (Andaleeb, et.al., 2009: 79).

وإجرائيا، تم تعريف المسؤولية الاجتماعية بأنها: تناول الأحداث التي تمس مصالح الجمهور، أو تقديم الأخبار بحس من المسؤولية إزاء الجمهور.

الموضوعية في تغطية الأخبار: وهي من أهم شروط التغطية الإخبارية الجيدة وأحدى أهم القيم المهنية للعاملين في الصحافة الإخبارية. وقد استخدمت مفردة الموضوعية كثيرا في تعريف معنى الإعلام ومعنى الخبر وعدها البعض في المرتبة الثانية على قائمة أهم قضايا الإعلام في العالم بعد حرية الصحافة، وتعرف بأنها: "التجرد والنزاهة والتوازن والأهتمام بمصالح للجمهور" (ديفلير و روكيتش، 1993: 415). وتعرف أيضا بأنها الحكم المبني على أساس الظاهرة التي يمكن ملاحظتها دون الوقوع تحت تأثير العواطف أو التحيزات الشخصية" (Andaleeb, et.al., 2009: 79).

وإجرائيا، تم تعريف الموضوعية بأنها: عرض الأخبار للحقائق، وتوفير معلومات دقيقة وعميقة ومن مصادر موثوقة ودون تحيزات شخصية أو انفعالية.

الشمول: و يعني أن تعمل وسائل الإعلام على تقديم جميع عناصر الخبر، وتقديم التفاصيل الكافية عن الحدث، وتقديم الحقيقة كاملة غير مجزأة (مصطفى، 2003 : 56).

وإجرائيا، تم تعريف الشمول بأنه: تقديم جميع عناصر الخبر والتفاصيل الكافية عن الحدث.

الخبرة: وتعرف بأنها "المهارة أو المعرفة في مجال معين"، وبالنسبة لحقل الأخبار التلفزيونية، فهي تشير إلى : " المهارة في إعداد التقارير، توفير معلومات فورية، وتحديث منتظم للمعلومات وفقا لتطور الحدث" (Andaleeb, et.al., 2009: 79).

وتعرف الخبرة إجرائيا بأنها: المعرفة الواسعة في مجال الإعلام، وتقديم الأخبار بخبرة مناسبة.

الحيادية: و تعني أن " نشر المواد الإعلامية وخاصة الأخبار يتم دون تدخل من مصدر هذه الرسالة الإعلامية والذي قد يكون قناة تلفزيونية، إذاعية، صحيفة، تقرير إعلامي، برنامج حوار... إلخ، وألا يشعر المشاهد أو المستمع أو القارئ بوجود المحرر في الخبر أو الكشف

عن اتجاهاته ومواقفه ويسري ذلك على اللغة المستخدمة وأسلوب القراءة أو التعليق على الصورة أو المادة العلمية المرافقة للخبر " (القصص، 2007: 12).

وتعرف الحيادية إجرائياً بأنها: تقديم الأخبار دون انحياز من طرف المرسل.

الرأي: هو "حكم أو وجهة نظر الإنسان الفرد أو الجماعة كمنتج عقلي مبني على التجربة والملاحظة والخبرة والموروث الثقافي للفرد أو الجماعة، وتتم عملية التعبير عنه بشكل ظاهر عقلي أو مستتر وبطرق مختلفة ووسائل متعددة، في الكلمة أو الحركة أو الصورة أو النظرة المعبرة أو الإشارة وحتى بالصمت والسكوت" (الجبور، 2010: 6).

وإجرائياً تم تعريف الرأي بأنه: حكم الصحفي حول القضايا التي تم سؤاله عنها.

الاتجاه: يعرف أحد الباحثين الاتجاه بأنه: "إستعداد مكتسب يكون لدى الفرد نتيجةً لعوامل مختلفة تؤثر في حياته، بحيث يوجه استجاباته سلباً أو إيجاباً نحو الأشخاص أو الأفكار أو الأشياء أو المهن التي تختلف فيها وجهات النظر حسب قيمتها الخلقية والاجتماعية" (همشري، 1990: 70). وعرفه باحث آخر بأنه: "حالة من التهيؤ العقلي والعصبي التي تنظمها الخبرة السابقة والتي توجه استجابات الفرد للمواقف أو المثيرات المختلفة، ويعتقد أن هذا التهيؤ ربما يكون مؤقتاً ينجم عن التفاعل الآني بين الفرد والبيئة" (Smith, 1973: 57). ويعرف الاتجاه أيضاً بأنه: "نزعة الإنسان للاستجابة إلى حدث معين، أو فكرة معينة، بطريقة محددة سلفاً (قد تكون ايجابية مؤيدة، أو سلبية معارضة، أو محايدة. وتتكون الاتجاهات نتيجة للخبرات المختلفة (ومن بينها خبرات التعلم والمعرفة) التي يكتسبها المرء طيلة حياته" (الموسى، 2012: 154).

وإجرائياً، تم تعريف الاتجاه في هذه الدراسة على أنه: الآراء والمواقف التي تشكلت لدى أفراد العينة نحو أبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية نتيجة خبراتهم العملية والمعرفية، ونتيجة المؤثرات الخارجية مثل القيم السائدة في المجتمع، ويتأثير خصائصهم الشخصية: كمستواهم التعليمي، ووضعهم الاجتماعي، بصورة مؤيدة أو معارضة أو محايدة.... إلخ .

التأثير: هو " ما يحدث من تغيرات على مستقبل الرسالة (المتلقي) وتعلمه شيئاً من محتوى هذه الرسالة أو تبنيه اتجاهها مؤيداً لمحتوى هذه الرسالة أو تخليه عن أفكار قد تبناها قبل ذلك" (Nafziger & White, 1983: 223-225 ، ذكر في: مزيد، 2008: 103 ). " وينتج التغيير عن استقبال الإنسان لبعض المعلومات التي تؤثر على مخزونه المعرفي وتدفعه بالتالي للقيام

بعمل (سلوك أو تصرف) مغاير للعمل الذي اعتاد أن يقوم به في السابق" (الموسى، 2012: 153).

وأجرائيا، تم تعريف التأثير في هذه الدراسة على أنه: التغير الذي يحدث لدى أفراد عينة الدراسة إثر عملية الاتصال.

الأبعاد: هي جمع "بعد"، وتعني العناصر أو المكونات. وبالنسبة إلى أبعاد المصداقية، فتعني العناصر أو المكونات أو العوامل التي تؤثر في مصداقية وسائل الإعلام، ومنها على سبيل المثال: استقلالية وسائل الإعلام، الموضوعية، خبرة المصدر، الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام.... الخ (Lee, 1975:282-83). كما وتعرف بأنها: مجموع المكونات أو المتغيرات الفرعية المكونة لمتغير المصداقية والمرتبطة بالعوامل المؤثرة بالمصداقية، مثل: مصدر المعلومات، الجمهور وخصائصه، توفر المناخ لحرية الرأي والتعبير، استقلالية وسائل الإعلام، المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام..... الخ (علي، 2006: 129؛ مصطفى، 2003: 3).

وأجرائيا، تم اعتماد مصطلح "البعد" في هذه الدراسة ليعني عناصر أو مكونات أو عوامل المصداقية.

المدى: هو المجال الذي يحدث فيه نشاط معين، ويُعرف المدى احصائيا بأنه: أحد طرق قياس التشتت، وهو الفرق بين أكبر رقم وأصغر رقم في القيم الموزعة (الكلايده وجوده، 1999: 266).

وأجرائيا، ولأغراض هذه الدراسة، تم تعريف المدى بأنه: مستوى أو درجة تواجد ظاهره معينة، فمدى مصداقية الإعلام، مثلا، يكون إذا مستوى أو درجة مصداقيتها.

الأخبار التلفزيونية : وهي جمع "خبر" و ترد في النشرة الإخبارية التلفزيونية، ويعرف الخبر بأنه : " تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء ( أو المتعرضين للرسالة ) وهي تثير إهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته" (أبو زيد، 1998: 21). و يعرفه سبنسر (spencer) بأنه : " عبارة عن حدث أو فكرة أو رأي يقع في مكان معين وبهم أو يؤثر في أكبر عدد من قطاعات المجتمع على أن يوضع بطريقة مفهومة لهم" (1998 : 68).

ويتفاوت معنى الخبر من باحث الى آخر ومن مدرسة في الإعلام إلى أخرى وفقاً للوسيلة الإعلامية التي ينشر فيها، فما يعتبر خبراً في وسيلة إعلامية قد لا يكون كذلك في وسيلة أخرى، وقد يختلف الخبر طبقاً للثقافة السائدة في أي مجتمع. والأخبار التلفزيونية كما يعرفها الموسي تعني: "المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام عن الأحداث المختلفة وتذيعها على الجمهور" (2012: 131).

ولجرائها، ولأغراض هذه الدراسة، تم تعريف الأخبار التلفزيونية بأنها: المعلومات التي تنشرها القنوات الفضائية الأردنية عن الأحداث والموضوعات السياسية، الاقتصادية، العسكرية، الأمنية، الثقافية، الاجتماعية، الرياضية، العلمية، الفنية، والدينية.

#### القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة:

1- القنوات الحكومية: وهي التي تحمل الصفة الرسمية وتمثل الدول التي تبث منها. وفي الأردن تتضمن القنوات الحكومية التالي: القناة الأولى للتلفزيون الأردني، والفضائية الأردنية، وقد اعتمد الباحث هاتين المحطتين لأغراض الدراسة.

2- القنوات الخاصة: وهي التي تعود ملكيتها للقطاع الخاص، وهي المحطات الفضائية المسجلة لدى هيئة الإعلام المرئي والمسموع، والممنوحة رخصاً للبث ويقرب عددها حوالي العشرين محطة، ومن بينها هذه القنوات والتي اعتمدها الباحث لأغراض هذه الدراسة هي: رؤيا، نورمينا، جوسات، الحقيقة، سما الأردن، A1 Jordan ، Seven Stars (دليل للقنوات العربية الفضائية)، <http://www.tv-arab.net/PHP/Index.php5?p=sender&m=all>

الصحفيون الأردنيون: وهم الأعضاء المنتسبين لنقابة الصحفيين الأردنيين الممارسين المتفرغين للعمل الصحفي المحترفين له. ونقابة الصحفيين الأردنيين تجمع وتوطين جميع الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية ووكالات الأنباء المعتمدة ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون ومراسلي الصحف الخارجية. وبلغ عدد أعضاء النقابة الحالي بتاريخ إعداد هذه الدراسة (970) عضواً من الصحفيين الممارسين المتفرغين للعمل الصحفي المحترفين له (نقابة الصحفيين الأردنيين: <http://www.jp.a.jo/arabc/default.aspx>).



## الفصل الخامس

### نتائج الدراسة ومناقشتها

يتناول هذا الفصل موضوعين رئيسيين: الأول يتضمن نتائج الدراسة، وتم تبويبها في ستة محاور أساسية تجيب عن أسئلة الدراسة، ويتمثل الموضوع الآخر في الخاتمة.

#### محاور الدراسة: وتتضمن التالي:

1. المحور الأول: الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة، والمتضمنة: العمر، النوع الاجتماعي، الحالة الاجتماعية، عدد أفراد الأسرة المعالين، معدل الدخل الشهري، مدة العضوية في النقابة، مستوى التعليم، تخصص الدراسة الدقيق، مجال العمل الحالي.
2. المحور الثاني: تعرض أفراد العينة لمشاهدة الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة، ويتضمن: مدة مشاهدة الأخبار، مدى الإهتمام بمتابعة نشرات الأخبار، عدد نشرات الأخبار التلفزيونية للمشاهدة في اليوم الاعتيادي، ودرجة متابعة نشرات الأخبار من خلال القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة.
3. المحور الثالث: دوافع التعرض للأخبار على القنوات التلفزيونية الأردنية.
4. المحور الرابع: عناصر المصداقية.
5. المحور الخامس: مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية في القنوات الحكومية والقنوات الخاصة.
6. المحور السادس: العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية و موضوع الخبر.

#### المحور الأول: الخصائص الديموغرافية:

جدول رقم (1)  
الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة

الخصائص الديموغرافية	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
1- العمر	30 سنة فما دون	46	25.6 %
	40-31	68	37.8 %
	50 - 41	45	25.0 %
	60 - 51	13	7.2 %
	61 فأكثر	8	4.4 %
	المجموع	180	100 %
2- النوع الاجتماعي	انثى	39	21.7 %
	ذكر	141	78.3 %
	المجموع	180	100 %
3- الحالة الاجتماعية	أعزب	41	22.8 %
	متزوج	139	77.2 %
	مطلق	-	-
	أرمل	-	-
	المجموع	180	100 %

4- عدد افراد الأسرة المعالة	إثنان فأقل	41	22.8 %
	ثلاثة	23	12.8 %
	اربعة	36	20.0 %
	خمس	38	21.1 %
	سنة افراد فأكثر	42	23.3 %
	المجموع	180	100 %
5- معدل الدخل الشهري	300 دينار فما دون	-	-
	301 - 500	45	25.0 %
	501 - 750	53	29.4 %
	751 - 1000	45	25.0 %
	1001 - 2000	33	18.3 %
	اكثر من 2000 دينار	4	2.2 %
	المجموع	180	100 %
6- مدة العضوية في النقابة	1-5 سنوات	81	45.0 %
	6-10 سنوات	51	28.3 %
	11-15 سنة	25	13.9 %
	16 سنة فأكثر	23	12.8 %
	المجموع	180	100 %
7- المستوى التعليمي	ثانوي فما دون	6	3.3 %
	كلية متوسطة	11	6.1 %
	بكالوريوس	107	59.4 %
	دبلوم عالي	9	5.0 %
	ماجستير	30	16.7 %
	دكتوراه	17	9.4 %
	المجموع	180	100 %
8- تخصص الدراسة الدقيق	صحافة	81	45.0 %
	إذاعة وتلفزيون	16	8.9 %
	علاقات عامة	17	9.4 %
	أخرى	66	36.7 %
	المجموع	180	100 %
9- مجال العمل الحالي	للصحافة	129	71.7 %
	الإذاعة	25	13.9 %
	التلفزيون	16	8.9 %
	العلاقات العامة	3	1.7 %
	أخرى	7	3.9 %
	المجموع	180	100 %

توضح البيانات الاحصائية الواردة في الجدول رقم (1) توزيع افراد العينة بحسب خصائصهم الديمغرافية التالية:

#### 1- العمر:

تفيد البيانات الاحصائية أن نسبة افراد الفئة العمرية الأولى (30 سنة فما دون) قد شكلت 25.6 % ، و نسبة افراد الفئة الثانية (31-40 سنة) بلغت 37.8 %، و مجموع نسب الفئتين الأولى والثانية أو الذين تبلغ اعمارهم 40 عاماً فما دون قد شكل حوالي ثلثي (63.4 %) افراد العينة. وتناقصت نسب افراد الفئات العمرية الأخرى مع تزايد أعمار افرادها، حيث شكلوا افراد الفئة الثالثة (41-50 سنة) ربع (25.0 %) العينة. وأما الفئتان الرابعة (51-60 سنة) والخامسة (61 سنة فما فوق) فلم يشكل مجموع افرادها سوى تسع (11.6 %) العينة تقريباً. ويتبين أن مجموع الفئات الثلاث الأولى أو الذين تبلغ أعمارهم خمسين عاماً فما

دون قد شكل (88.4%) من إجمالي افراد العينة، وهذه النسب بمجملها تفيد بأن المجتمع الصحفي في الأردن هو مجتمع شاب بمعظمه.

## 2- النوع الاجتماعي :

وتشير البيانات إلى أن نسبة الذكور شكلت حوالي اربعة اخماس (78.3%) افراد العينة تقريبا مقابل حوالي الخمس (21.7%) من الإناث، وقد جاءت هذه النسب منسجمة مع واقع حجم عضوية الإناث في نقابة الصحفيين الأردنيين، حيث بلغ عدد اعضاء للنقابة من الإناث 184 من أصل 970 أو ما نسبته (19.0%).

## 3- الحالة الاجتماعية:

وتبين البيانات عدم وجود أي من المطلقين أو الأرامل بين افراد عينة الدراسة، وأن افراد العينة كانوا إما عزاباً أو متزوجين. وقد شكلت فئة العزاب حوالي ربع (22.8%) افراد العينة، بينما بلغت فئة المتزوجين أكثر من ثلاثة ارباع (77.2%) العينة.

## 4- عدد أفراد الأسرة المعاله:

وتوضح البيانات أن الفئة الخامسة (سنة افراد فأكثر) كانت الاكبر بين جميع الفئات الأخرى وشكلت حوالي ربع (23.3%) افراد العينة، أي بمعنى أن حوالي ربع من افراد العينة يعملون اسراً يتكون مجموع افرادها من 6 افراد فأكثر، وأن حوالي الثلثين (64.4%) من أفراد العينة يعملون اسراً تتكون من 4 افراد فأكثر وهذا يعني أن عليهم مسؤوليات كبيرة. وتعكس هذه النسب إلى حد كبير واقع المجتمع الأردني من حيث معدل حجم الأسرة والذي يتراوح ما بين (5-6) أشخاص.

## 5- معدل الدخل الشهري بالدينار الأردني:

ويتضح من بيانات الجدول أيضاً أن أي من أفراد العينة لم يكن من فئة الدخل الأولى (300 دينار فأقل)، وأن ربع (25.0%) افراد العينة تتراوح دخول اسرهم ما بين (301-500 ديناراً) شهرياً، و الذين يتراوح دخل اسرهم الشهري ما بين (501-750 ديناراً) بلغت نسبتهم (29.4%)، ويشكل مجموع افراد هاتين الشريحتين أكثر من نصف (54.4%) افراد العينة. و ربع (25.0%) أفراد العينة تراوحت دخول اسرهم الشهرية ما بين (751-1000 ديناراً)، بينما لم تشكل نسبة افراد العينة الذين تراوحت دخول اسرهم الشهرية ما بين (1001-2000 ديناراً) سوى حوالي السدس (18.3%).

وحيث أن مستوى خط الفقر للأسرة المعيارية (5,4 فرد) في الأردن تجاوز بقليل 400 ديناراً شهرياً لعام 2012 (<http://www.alanbat.net/post-15248.htm>)، فهذا يعني أن كل أسرة من أفراد عينة الدراسة يزيد عدد أفرادها عن خمسة ودخلها الشهري 400 دينار هي دون خط الفقر. وبما أن حوالي ثلثي (64.4%) أفراد العينة يعملون اسراً تتكون من 4 أفراد فأكثر ومنهم حوالي الربع (23.3%) يعملون اسراً تتكون من 6 أفراد فأكثر، وربع أفراد العينة لا تتجاوز دخولهم 500 ديناراً شهرياً، وأكثر من نصف أفرادها بقليل (54.4%) لا تتجاوز دخول أسرهم الشهرية 750 ديناراً، فهذا يؤشر بوضوح إلى صعوبة الأوضاع المالية لأفراد العينة وإلى محدودية وتواضع مداخيلهم، وهذا يمثل واقع المواطن الأردني بشكل عام. ولا عجب إذاً بتصريح رئيس الوزراء عبدالله النسور حين أكد على أن حوالي 70% من الأسر الأردنية والتي يقل دخلها عن 800 دينار شهرياً سيطلبها الدعم النقدي الحكومي ([http://anbamoscw.com/aworld\\_economy/20121113/377962978.html](http://anbamoscw.com/aworld_economy/20121113/377962978.html)).

#### 6- مدة العضوية في النقابة:

كما توضح البيانات أن أقل من نصف أفراد العينة (45.0%) تراوحت مدة عضويتهم في النقابة ما بين (1-5) سنوات. وأكثر من ربع العينة (28.3%) تراوحت مدة عضويتهم ما بين (6-10 سنوات). وهذا يشير إلى أن حوالي ثلاثة أرباع أفراد العينة (73.3%) لا تتجاوز مدة عضويتهم في النقابة عشر سنوات. وأما الذين تزيد مدة عضويتهم في النقابة عن (10 سنوات) فشكّلوا (26.7%) من أفراد العينة وحوالي نصفهم (12.8%) تزيد مدة عضويتهم عن (15) سنة. وقد يعود تدني مدة العضوية في النقابة لأسباب تتعلق بقانون نقابة الصحفيين السابق الذي كان يحظر على خريجي حقل الصحافة والأعلام بالإنتماء إلى النقابة قبل أن يكون قد تدرب "بالممارسة الفعلية في أي مؤسسة صحفية أو مؤسسة إعلامية رسمية"، أو "في أي معهد متخصص بالصحافة أو الإعلام داخل المملكة أو خارجها معترف به من الجهات الرسمية"، وهذه الشروط قد تكون معيقة نظراً لعدم توفر فرص التدريب الكافية لأعداد الخريجين الكبيرة في مثل هذه المؤسسات (قانون نقابة الصحفيين رقم 15 لسنة 1998، موقع نقابة الصحفيين الأردنيين: <http://www.jp.a.jo/arabic/default.aspx>).

#### 7- المستوى التعليمي:

وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي يتبين أن فئة الجامعيين (البكالوريوس) شكّلت (59.4%)، بينما شكّلت فئة (كلية المجتمع) (6.1%). وشكّل مجموع فئات الدراسات العليا (الدبلوم العالي والماجستير والدكتوراه) حوالي ثلث (31.1%) أفراد العينة. ومن اللافت للنظر أن (3.3%) من أفراد العينة كان مستواهم التعليمي (الثانوية العامة فما دون)، وقد يكون السبب عائد لعدم وجود قانون يمنع الأفراد الذين لا يحملون شهادة جامعية بمزاولة مهنة الصحافة

والإعلام، وقد يكون كذلك بسبب النقص في خريجي الصحافة والإعلام في أوقات ماضية خاصة إذا ما عرفنا أن أفراد هذه الفئة هم من كبار السن الذين تتجاوز أعمارهم 41 سنة. وبالمجمل تُعكس هذه النسب واقع المجتمع الأردني وتُشير إلى أن المجتمع الأردني مجتمع متعلم عموماً.

#### 8- تخصص دراستك الدقيق:

وتوضح البيانات أن (45.0%) من أفراد عينة الدراسة يحملون شهادات جامعية متخصصة في الصحافة، و(8.9%) يحملون شهادات جامعية متخصصة في الإذاعة والتلفزيون، و(9.4%) يحملون شهادات جامعية متخصصة في العلاقات العامة. وتُشير هذه النسب إلى أن حوالي ثلثي (63.3%) أفراد عينة الدراسة يحملون شهادات جامعية متخصصة في مجالات الصحافة والإعلام. وأن ثلث العينة (33.4%) يحملون شهادات جامعية غير متخصصة في مجال تخصصات الصحافة والإعلام، و معظمها في تخصص اللغات: الإنجليزية والفرنسية والعربية، والباقي كان في تخصصات أخرى تضمنت العلوم السياسية، والتاريخ، وإدارة الأعمال، وبرمجة وتحليل نظم، والتصوير الصحفي، وهندسة. ويجدر الإشارة أن معظم هذه التخصصات غير الصحفية هي تخصصات خدمية لقطاع الصحافة والإعلام. وأما النسبة القليلة الباقية (3.3%) من أفراد العينة لا يحملون شهادات جامعية ومستواهم التعليمي "ثانوي فما دون".

#### 9- مجال العمل الحالي:

تشير البيانات إلى أن الغالبية الساحقة (96.1%) من أفراد عينة الدراسة يعملون في قطاع الصحافة والإعلام، منهم (71.7%) يعملون في الصحافة، و (13.9%) يعملون في الإذاعة، و (8.9%) يعملون في التلفزيون، و (1.7%) فقط يعملون في مجال العلاقات العامة. وما تبقى من أفراد العينة (3.9%) يعملون في مجالات عمل أخرى كالتدريس وغيرها.

نخلص من العرض السابق إلى أن أهم سمات عينة الدراسة تتمثل في أن حوالي ثلثي (63.4%) أفراد العينة لا تتجاوز أعمارهم عن 40 عاماً، و حوالي أربعة أخماسهم (78.3%) من الذكور، و أكثر من ثلاثة أرباعهم (77.2%) هم متزوجون، و حوالي ثلثيهم (64.4%) يعملون اسراً تتكون من 4 أفراد فأكثر، وأكثر من نصفهم (54.4%) لا تتجاوز دخولهم الشهرية 750 ديناراً منهم حوالي النصف لا تتجاوز دخولهم الشهرية 500 ديناراً، وحوالي ثلاثة أرباعهم (73.3%) لا تتجاوز مدة عضويتهم في النقابة عشر سنوات. كما أن الغالبية العظمى (90.6%) من أفراد عينة الدراسة يحملون درجات جامعية تليها تقريباً (63.3%) في مجال تخصص

الصحافة والإعلام، وأن (96.1%) يعملون في قطاع الصحافة والإعلام. وهذا يؤكد أهمية نتائج هذه الدراسة باعتبارها جاءت من فئة خبيرة بالعمل الإعلامي.

المحور الثاني: تعرض افراد العينة لمشاهدة الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة: ويجب على الأسئلة التالية:

1- ما مدى تعرض افراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين لمشاهدة الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة؟

جدول رقم (2)  
مدة مشاهدة لأخبار التلفزيون

النسبة المئوية	التكرار	مدة مشاهدة الأخبار
38.9 %	70	أقل من ساعة
51.7 %	93	من ساعة إلى ساعتين
9.4 %	17	أكثر من ساعتين
100 %	180	المجموع

يبين الجدول رقم (2) مدة مشاهدة افراد عينة الدراسة للأخبار التلفزيونية في القنوات التلفزيونية في أيامهم الاعتيادية، وتفيد البيانات الاحصائية الواردة في الجدول المذكور أن أكثر من نصف العينة (51.7%) يشاهدون الأخبار من ساعة إلى ساعتين يومياً، بينما بلغت نسبة من يشاهدون الأخبار لمدة تقل عن الساعة يومياً (38.9%). أما نسبة افراد العينة الذين يشاهدون الأخبار التلفزيونية لأكثر من ساعتين فقد كانت متدنية وبلغت (9.4%) فقط. و جاءت هذه النتائج منسجمة مع نتائج دراسة الحسن (2008) والتي أفادت بأن معظم افراد عينة دراسته يشاهدون التلفزيون من ساعة إلى ساعتين يومياً. ويرى الباحث ان هذه النتائج منطقية نظراً لوجود قنوات فضائية إخبارية متخصصة قد تكون جاذبة للمشاهدين.

جدول رقم (3)  
عدد نشرات الأخبار التلفزيونية المشاهدة يومياً

النسبة المئوية	للتكرار	عدد نشرات الاخبار المشاهدة
8.9 %	16	نشرة واحدة
31.1 %	56	نشرتان
15.0 %	27	ثلاث نشرات
27.8 %	50	أكثر من ثلاث نشرات
17.2 %	31	لمست منتظماً في مشاهدة نشرات الأخبار
100 %	180	المجموع

يبين الجدول رقم (3) أن حوالي ثلث (31.1%) افراد عينة الدراسة يشاهدون نشرتين إخباريتين يومياً، وأن (15.0%) يشاهدون ثلاث نشرات يومياً، وأن أكثر من الربع (27.8%) يشاهدون أكثر من ثلاث نشرات يومياً. وهذه النسب بمجموعها تشير إلى أن حوالي ثلثي (63.9%) افراد عينة الدراسة يشاهدون نشرتين إخباريتين فأكثر يومياً، مقابل (8.9%) يشاهدون نشرة إخبارية واحدة يومياً، و (17.2%) ليسوا منتظمين بمشاهدة النشرات الإخبارية

للتلفزيونية، الأمر الذي يجعلهم يتعرضون إلى المزيد من الأخبار التي قد تلبي احتياجاتهم المعرفية والتي هي ضرورية في مجال عملهم.

#### جدول رقم (4)

مدى الاهتمام بمتابعة نشرات الأخبار التلفزيونية

النسبة المئوية	التكرار	مدى الاهتمام بمتابعة نشرات الأخبار التلفزيونية
27.8 %	50	كبير جداً
40.0 %	72	كبير
24.4 %	44	متوسط
4.4 %	8	قليل
3.3 %	6	قليل جداً
100 %	180	المجموع

توضح البيانات الواردة في الجدول رقم (4) أن نسبة افراد عينة الدراسة الذين يبدون اهتماماً "كبيراً جداً" بمتابعة نشرات الأخبار بلغت أكثر من الربع (27.8%)، بينما بلغت نسبة الذين يبدون اهتماماً "كبيراً" بمتابعة نشرات الأخبار (40.0%)، وهذه النسب تشير إلى أن أكثر من ثلثي افراد العينة (67.8%) يبدون إهتماماً "كبيراً جداً" أو "كبيراً" بمتابعة الأخبار التلفزيونية، وهذا قد يعود إلى كون الغالبية الساحقة من افراد العينة يعملون بمجال الصحافة والإعلام. أما نسبة الذين يبدون اهتماماً "متوسطاً" بمتابعة الأخبار التلفزيونية فبلغت الربع (24.4%)، بينما نسبة الذين يبدون اهتماماً "قليلاً" أو "قليلاً جداً" لم تتجاوز بمجموعها (7.7%).

2- ما القنوات التلفزيونية المحلية الأكثر مشاهدة من قبل افراد العينة والتي تشكل مصدرهم الأساسي للحصول على الأخبار والمعلومات الإخبارية حيال الأحداث المختلفة المحلية منها والإقليمية والدولية؟

#### جدول رقم (5)

درجة المتابعة لنشرات الأخبار التلفزيونية الحكومية والخاصة

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	درجة المتابعة					القناة
			قليلة جداً	قليلة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جداً	
			نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	
1	0.964	2.95	7.8	14.4	48.9	22.8	6.1	للتلفزيون الأردني (حكومية)
3	1.092	3.36	18.9	22.8	38.3	15.6	4.4	الفضائية الاردنية (حكومية)
5	1.170	3.93	48.3	11.1	28.3	10.0	2.2	الحقيلة (خاصة)
2	1.157	2.96	11.7	18.9	35.0	23.3	11.1	رويا (خاصة)
4	1.198	3.52	25.0	30.6	21.7	17.2	5.6	جومات (خاصة)
6	0.950	4.18	49.4	26.7	17.2	6.7	-	لورمينا (خاصة)
9	0.883	4.32	55.0	28.3	11.1	5.6	-	Seven Stars (خاصة)
7	1.125	4.20	56.1	22.8	10.0	7.2	3.9	سما الأردن (خاصة)
8	1.104	4.28	62.8	15.0	13.9	4.4	3.9	Al Jordan (خاصة)

يبين الجدول رقم (5) درجة متابعة افراد عينة الدراسة لنشرات الأخبار من خلال عدد من القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، وقد كانت متابعة افراد العينة بدرجة "متوسطة" لنشرات الأخبار في اربع قنوات هي: التلفزيون الأردني، ورويا، والفضائية الأردنية، و جوسات وبمتوسطات حسابية بلغت (2.95) و (2.96) و (3.36) و (3.52) وعلى التوالي، وبهذا تكون قناة التلفزيون الأردني(حكومية) قد احتلت المرتبة الأولى من حيث مشاهدة افراد العينة للأخبار التي تبثها، وتلتها قناة رؤيا(خاصة) بالمرتبة الثانية، و القناة الفضائية الأردنية(حكومية) بالمرتبة الثالثة، ومن ثم جاءت قناة جوسات(خاصة) لتحتل المرتبة الرابعة. وكانت متابعة افراد العينة بدرجة " متدنية" لنشرات الأخبار في باقي القنوات الخاصة وهي: الحقيقة، ونورمينا، وسما الأردن، و A1 Jordan و Seven Stars وبمتوسطات حسابية بلغت (3.93) و(4.18) و(4.20) و(4.28) و(4.32) وعلى التوالي، وكان ترتيب هذه للقنوات من حيث مشاهدة افراد العينة لنشرات الإخبارية الخامسة والسادسة والسابعة والثامنة والتاسعة. والواضح من نتائج الجدول أن أي من القنوات، سواء الحكومية منها أو الخاصة، لم تحظى بدرجة مشاهدة "مرتفعة" من قبل افراد عينة للدراسة.

وقد يكون السبب وراء تقدم قناة التلفزيون الأردني الحكومية على القنوات الخاصة من حيث حجم المتابعة لنشرات الأخبار التي تقدمها الى كونها تشكل المصدر الرسمي للأخبار والمعلومات، وليس بالضرورة لكونها اكثر مصداقية.

3- هل هناك علاقة بين مدى إعتقاد افراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين على الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها القناة التلفزيونية وبين آرائهم بخصوص مصداقية الأخبار؟

#### جدول رقم (6)

تحليل التباين الاحادي (one way ANOVA) للعلاقة بين مدى الإعتقاد على الأخبار التي تقدمها القناة التلفزيونية وبين مصداقية الأخبار

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة f	مستوى الدلالة
العلاقة بين مدى الاعتقاد على القنوات التلفزيونية وبين آراء افراد العينة بخصوص مصداقية الاخبار. (القنوات الحكومية)	بين المجموعات	3034,11	4	758,52	7,04	0,000
	داخل للمجموعات	18848,32	175	107,70		
العلاقة بين مدى الاعتقاد على القنوات التلفزيونية وبين آراء افراد العينة بخصوص مصداقية الاخبار. (القنوات الخاصة)	بين المجموعات	451,42	4	1135,35	9,47	0,000
	داخل للمجموعات	20385,55	175	116,48		



**جدول رقم ( 7 )**  
**اختبار المقارنة المتعدد ( LSD ) للعلاقة بين مدى الإعتماد على الأخبار التي تقدمها**  
**القناة التلفزيونية وبين مصداقية الأخبار**

المحور	درجة الاعتماد	المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
العلاقة بين درجة الاعتماد على القنوات التلفزيونية وبين آراء أفراد العينة بخصوص مصداقية الأخبار. (القنوات الحكومية)	كبيرة جدا	33,81	-	-
	كبيرة	43,41	-9,59 *	0,007
	متوسطة	45,26	-11,44 *	0,001
	قليلة	52,19	-18,37 *	0,000
	قليلة جدا	49,14	-15,32 *	0,000
	كبيرة	52,19	-8,77 *	0,001
	متوسطة	52,19	-6,93 *	0,003
	كبيرة جدا	28,80	-	-
العلاقة بين درجة الاعتماد على القنوات التلفزيونية وبين آراء أفراد العينة بخصوص مصداقية الأخبار. (القنوات الخاصة)	كبيرة جدا	38,80	-10,00 *	0,001
	كبيرة	38,95	-10,15 *	0,000
	متوسطة	43,08	-14,28 *	0,000
	قليلة	48,71	-19,91 *	0,000
	قليلة جدا	48,71	-9,90 *	0,000
	كبيرة	48,71	-9,76 *	0,000
	متوسطة	48,71	-9,76 *	0,000
	كبيرة جدا	48,71	-9,76 *	0,000

وبخصوص العلاقة بين مدى اعتماد أفراد العينة على الأخبار والمعلومات التي تقدمها للقنوات التلفزيونية الحكومية وبين آرائهم حيال مصداقية الأخبار، تفيد البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم ( 6 ) بوجود علاقة ايجابية طردية بين مدى الإعتماد ودرجة مصداقية الأخبار ، حيث بلغت قيمة (ف) (7,04) وبمستوى دلالة بلغ 0,000. أي بمعنى أنه كلما زادت درجة اعتماد الأفراد على الأخبار والمعلومات التي تقدمها قناة معينة، كلما زاد تقييمهم ايجابياً لمصداقية الأخبار التلفزيونية التي تقدمها تلك القناة.

وبين جدول اختبار المقارنة المتعدد LSD رقم (7) أن الاختلافات ذات الدلالة الإحصائية كانت بين درجة (كبيرة جدا) وبين الدرجات (كبيرة) وبمستوى دلالة 0,007، و(ومتوسطة) وبمستوى دلالة 0,001 ، و (قليلة) وبمستوى دلالة 0,000، و (قليلة جدا) وبمستوى دلالة 0,000 ، وكانت لصالح الدرجة (كبيرة جدا) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ ( 33,81 )، أي بمعنى أن أفراد العينة الذين كانت درجة اعتمادهم على القنوات الحكومية بدرجة (كبيرة جدا) كانوا قد أعطوا درجة مصداقية لأخبار القنوات الحكومية أعلى من درجة المصداقية التي أعطوها أفراد العينة الذين كانت درجة اعتمادهم على القنوات الحكومية أقل درجة. ويتضح من البيانات أنه كلما زادت درجة اعتماد أفراد العينة على القنوات الحكومية كلما زادت درجة المصداقية التي يعطونها لأخبار القنوات التلفزيونية الحكومية.

وكذلك الأمر بالنسبة للقنوات التلفزيونية الخاصة، إذ تفيد البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (6) بوجود علاقة إيجابية طردية بين مدى الإعتماد ودرجة مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة، حيث بلغت قيمة (ف) (9,47) وبمستوى دلالة بلغ 0,000.

وبين جدول اختبار المقارنة المتعدد LSD رقم (7) أن الفروق ذات الدلالة الإحصائية كانت بين درجة (كبيرة جدا) وبين الدرجات (كبيرة) بمستوى دلالة 0,001 ، و (متوسطة) بمستوى دلالة 0,000 ، و (قليلة) بمستوى دلالة 0,000، و (قليلة جدا) بمستوى دلالة 0,000 ، وكانت لصالح الدرجة (كبيرة جدا) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 28,80 ، أي بمعنى أن أفراد العينة الذين كانت درجة اعتمادهم على القنوات الخاصة بدرجة (كبيرة جدا) كانوا قد أعطوا درجة مصداقية لأخبار القنوات الخاصة أعلى من درجة المصداقية التي أعطوها أفراد العينة الذين كانت درجة اعتمادهم على القنوات الخاصة أقل.

ويتضح من البيانات أنه كلما زادت درجة اعتماد أفراد العينة على القنوات الخاصة كلما زادت درجة المصداقية التي يعطونها لأخبار القنوات التلفزيونية الخاصة. ويتضح مما سبق أنه وبغض النظر عن نوع القناة، فإن مدى اعتماد أفراد العينة على القناة في مشاهدة الأخبار يؤثر إيجاباً على درجة المصداقية التي يعطيها أفراد العينة لأخبار القناة التلفزيونية.

ومع أن هذه النتيجة جاءت متناقضة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة مصطفى (2003) والتي تفيد بعدم وجود ارتباط بين متغيري الإعتماد والمصداقية، إلا أنها جاءت متوافقة مع نتيجة دراسة علي (2006) التي تفيد بوجود علاقة إيجابية متوسطة القوة بين متغيري الإعتماد ومصداقية الأخبار. وقد يكون هذا الاختلاف حافزاً للباحثين لدراسة هذه العلاقة بشكل متعمق.

ثالثاً: دوافع التعرض للأخبار على القنوات التلفزيونية الأردنية : ويجيب هذا الجزء عن السؤال التالي:

- ما الدوافع النفسية والطقوسية (عادات المشاهدة) التي تحت أفراد العينة على مشاهدة القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية منها والخاصة؟

جدول رقم (8)  
دوافع التعرض (النفعية) للأخبار على القنوات التلفزيونية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	درجة الدافع					الدوافع
			قليلة جداً نسبة مئوية	قليلة نسبة مئوية	متوسطة نسبة مئوية	عالية نسبة مئوية	عالية جداً نسبة مئوية	
2	1.104	2.16	5.0	2.8	31.7	24.4	36.1	1- فهم واقع الأحداث الجارية
1	1.151	2.12	5.6	5.0	24.4	26.1	38.9	2- معرفة الأخبار المحلية
5	1.205	3.33	22.8	20.6	30.6	20.0	6.1	3- معرفة ثقافات جديدة
9	1.031	3.91	36.1	28.3	29.4	2.8	3.3	4- معرفة السلع والخدمات من خلال الإعلانات
3	1.370	3.01	15.6	25.0	26.7	10.6	22.2	5- الاستفادة في مجال العمل
7	1.390	3.57	32.8	27.8	19.4	4.4	15.6	6- اكتساب مهارات جديدة
8	1.319	3.77	37.2	32.2	12.2	7.2	11.1	7- القدرة على التصرف في المواقف المختلفة
6	1.335	3.35	26.1	20.0	31.7	7.8	14.4	8- الانفتاح على العالم
4	1.411	3.26	26.1	18.9	28.3	8.3	18.3	9- الحصول على موضوعات تنمي قدرة الحوار مع الآخرين

يبين الجدول رقم (8) درجة الدوافع (النفعية) لتعرض افراد عينة الدراسة للأخبار على القنوات التلفزيونية، وقد حلّ دافع "معرفة الأخبار المحلية" بالمرتبة الأولى و بمتوسط حسابي بلغ (2.12)، وحل دافع " فهم واقع الأحداث الجارية" بالمرتبة الثانية و بمتوسط حسابي بلغ (2.16)، وكانت درجة كل من هذين الدافعين "مرتفعة". وحلّت دوافع "الاستفادة في مجال العمل"، و " الحصول على موضوعات تنمي قدرة الحوار مع الآخرين"، و " معرفة ثقافات جديدة"، و " الانفتاح على العالم"، و " اكتساب مهارات جديدة" بالمراتب الثالثة والرابعة والخامسة والسادسة والسابعة وعلى التوالي، و بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (3.01) و (3.75) وكانت درجة كل من هذه الدوافع "متوسطة". بينما حل دافعي "القدرة على التصرف في المواقف المختلفة"، و "معرفة السلع والخدمات من خلال الإعلانات" بالمرتبتين الثامنة والتاسعة و بمتوسطات حسابية بلغت (3.77) و (4.07) وعلى التوالي، وكانت درجة كل من هذه الدوافع "متدنية".

**جدول رقم (9)**  
**دوافع التعرض (الطقوسية) للأخبار على القنوات التلفزيونية**

الترتيب	الأحرف المعياري	المتوسط	قليلة جداً	قليلة	متوسطة	عالية	عالية جداً	درجة الدافع الدوافع
			نسبة ملوية	نسبة ملوية	نسبة ملوية	نسبة ملوية	نسبة ملوية	
2	1.072	4.07	46.7	24.4	22.2	2.8	3.9	1- التسلية والترفيه
1	1.143	2.92	12.8	14.4	34.4	29.4	8.9	2- مشاهدة الأخبار بحكم العادة

ويبين الجدول رقم (9) درجة الدوافع (الطقوسية) لتعرض افراد عينة الدراسة للأخبار على القنوات التلفزيونية، وقد حل دافع " مشاهدة الأخبار بحكم العادة " بالمرتبة الأولى و بمتوسط حسابي بلغ (2,92)، وكان بدرجة " متوسطة"، بينما حل دافع " التسلية والترفيه " بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ (4,07)، وكان بدرجة "متدنية". وبالمجمل فقد كان دافع " التسلية والترفيه " من أضعف الدوافع وراء مشاهدة الأخبار التلفزيونية من قبل افراد العينة، بينما كان دافعي "معرفة الأخبار المحلية" و " فهم واقع الأحداث الجارية" من اقواها. ويبدو جليا أن الدوافع (النفعية)، وخاصة دوافع "معرفة الأخبار المحلية" و " فهم واقع الأحداث الجارية" و " الاستفادة في مجال العمل" هي أهم الدوافع وراء مشاهدة افراد العينة للأخبار التلفزيونية، أما الدوافع "الطقوسية" فكانت أقل أهمية بالنسبة لأفراد للعينة، وقد يكون ذلك بسبب مهنة افراد العينة والتي تقتضي متابعة مستمرة لمعرفة الأخبار وفهم واقع الأحداث الجارية، وبهذا يحققون اشباعا "المحتوى" أو الاشباعا " التوجيهية" لديهم وذلك من خلال الحصول على المعلومات، والمنفعة المتعلقة باتخاذ القرار، واكتشاف الواقع، وحب الاستطلاع، وتأكيذ الذات.

**رابعاً: ابعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية:**

ويجب عن السؤلين التاليين:

- ما أبعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر افراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين ؟
- ما ترتيب ابعاد هذه المصداقية في الأخبار التلفزيونية وفقا لأهمية كل بعد من وجهة نظر افراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين ؟

جدول رقم (10)  
مدى اتفاق افراد عينة الدراسة مع ابعاد المصدقية في الأخبار التلفزيونية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	درجة الموافقة					الأبعاد
			لا اوافق بشدة نسبة مئوية	لا اوافق نسبة مئوية	لا رأي نسبة مئوية	اوافق نسبة مئوية	اوافق بشدة نسبة مئوية	
2	0.889	1.81	2.2	5.6	1.7	52.2	38.3	الحرية (عدم وجود قيود حكومية تحد من إمكانية التعبير وإبداء الرأي)
5	0.881	1.98	2.2	7.2	2.8	62.2	25.6	الثقة (الموثوقية في مصدر الخبر)
6	0.933	2.00	3.3	7.2	1.7	61.7	26.1	الموضوعية (التجرد والنزاهة والتوازن في نشر الخبر)
5	0.977	1.98	4.4	4.4	6.7	53.9	30.6	الشمول ( تقديم جميع عناصر الخبر )
3	0.831	1.84	2.2	2.8	6.1	55.0	33.9	الاستقلالية (عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة)
9	0.939	2.12	4.4	7.2	2.8	67.8	17.8	الدقة ( إثبات المصدر والتواريخ والأرقام والإحصاءات)
6	0.874	2.00	2.2	8.3	-	66.7	22.8	الحياد ( تقديم الأخبار دون انحياز من طرف المرسل)
6	0.805	2.00	2.2	4.4	5.6	66.7	21.1	الإتصاف في تقديم الخبر
10	0.960	2.24	2.2	11.1	14.4	53.3	18.9	القرب من الخبر أو الحدث
8	0.938	2.11	4.4	6.1	5.0	65.0	19.4	الخبرة ( للمعرفة الواسعة في مجال الاعلام)
4	0.827	1.95	2.2	4.4	5.0	62.8	25.6	الأمانة (تقديم الخبر كما هو دون تشويه الحقيقة)
7	0.909	2.01	2.2	7.8	5.0	58.9	26.1	الوضوح (في اللغة والأفكار وطريقة إداة الخبر)
1	0.789	1.67	2.2	1.1	3.3	48.3	45.0	المسؤولية الاجتماعية( تناول الأحداث التي تمس مصالح الجمهور)
7	0.977	2.01	4.4	6.7	1.7	60.6	26.7	الكفاءة (إداة الأخبار بمهنية إعلامية)

يبين الجدول رقم (10) مدى اتفاق افراد عينة الدراسة مع ابعاد المصدقية في الأخبار التلفزيونية، ويشتمل الجدول على أربعة عشر بعداً هي المقياس الفعلي لمصدقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة الواردة في هذه الدراسة.

وتفيد نتائج الجدول أن افراد العينة عبروا بموافقة كبيرة على أهمية جميع ابعاد المصدقية، وتراوحت المتوسطات الحسابية لإجاباتهم بخصوص ابعاد المصدقية الأربعة عشر الواردة في الجدول ما بين (1,67) و (2,24)، مما يعني أن توفر جميع هذه الأبعاد مهم لمصدقية الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر افراد العينة، إلا أن درجة أهميتها تفاوتت من بعد إلى آخر. فقد كان بعد "المسؤولية الاجتماعية /تناول الأحداث التي تمس مصالح الجمهور" أهم ابعاد المصدقية في الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر افراد العينة، وبمتوسط حسابي بلغ (1,67)، يليه مباشرة

بالمرتبة الثانية بُعد "الحرية/ عدم وجود قيود حكومية تحد من إمكانية التعبير وإبداء الرأي" وبمتوسط حسابي (1,81)، وحل بالمرتبة الثالثة بُعد "الاستقلالية / عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة" وبمتوسط حسابي بلغ (1,84)، و بالمرتبة الرابعة حل بُعد "الأمانة/ تقديم الخبر كما هو دون تشويه الحقيقة" وبمتوسط حسابي بلغ ( 1,95). وأما بُعد "النقّة/ الموثوقية في مصدر الخبر" و "الشمول/ تقديم جميع عناصر الخبر" فقد احتلا المرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي بلغ (1,98) لكل منهما.

واحتلت الأبعاد "الموضوعية/التجرد والنزاهة والتوازن في نشر الخبر" و " الحياد/ تقديم الأخبار دون انحياز من طرف المرسل" و " الإنصاف في تقديم الخبر" للمرتبة السادسة وبمتوسط حسابي بلغ (2,00) لكلٍ منها. وتبعها مباشرة بعدي "الكفاءة/إذاعة الأخبار بمهنية إعلامية" و " الوضوح في اللغة والأفكار وطريقة إذاعة الخبر" حيث احتلا المرتبة السابعة وبمتوسط حسابي لكلٍ منهما بلغ (2,01). وأما أقل أبعاد المصداقية أهمية كانت: " الخبرة/ المعرفة الواسعة في مجال الأعلام" ، و " الدقة/ إثبات المصدر والتواريخ والأرقام والإحصاءات" ، و " القرب من الخبر أو الحدث" واحتلت المراتب الثلاثة الأخيرة الثامنة والتاسعة والعاشرة وعلى التوالي وبمتوسطات بلغت ( 2,11 ) و (2,12) و ( 2,24) وعلى التوالي أيضا.

وجاءت هذه النتائج مختلفة بعض الشيء عن نتائج دراسة العتيبي (2007) التي احتل بُعد "الوضوح" فيها المرتبة الأولى كأهم أبعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية، يليه بُعد " القرب من الخبر أو الحدث" و "ترتيب الخبر" و "الكفاءة المهنية"، بينما جاء بُعد "الحياد" في المرتبة الأخيرة كأقل الأبعاد أهمية. ويندرج هذا الاختلاف على نتائج دراسات أخرى، مما يعني عدم وجود توافق كامل حول ترتيب أولويات أبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية نظراً للتفاوت والاختلاف في ماهية خصائص المجتمعات.

#### خامسا: مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية:

1 - هل يختلف تقدير افراد العينة لمصداقية الأخبار التلفزيونية باختلاف نوع القناة، حكومية أو خاصة ؟

جدول رقم (11)  
مصادقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية (التلفزيون الأردني و الفضائية الأردنية)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	درجة الاتفاق					أبعاد المصادقية
			لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا رأي	أوافق	أوافق بشدة	
			نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	
11	0.948	3.60	10.6	61.1	6.1	22.2	-	تقدم الأخبار بسقف عال من الحرية
3	0.966	3.24	3.9	48.3	17.8	28.3	1.7	تحظى بثقة المشاهد
4	0.973	3.25	3.9	47.8	21.1	23.9	3.3	تعرض الأخبار بموضوعية
8	1.089	3.37	9.4	53.3	6.1	27.8	3.3	تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث
9	1.022	3.49	11.1	52.2	15.0	18.3	3.3	تقدم الأخبار باستقلالية
7	1.084	3.34	9.4	50.0	9.4	27.8	3.3	تعرض الأخبار بدقة
10	1.022	3.50	12.8	49.4	14.4	21.7	1.7	تقدم الأخبار بحيادية
1	1.008	2.87	5.0	28.9	15.6	49.4	1.1	تقدم الأخبار القريبة والمهمة لك
6	0.909	3.33	3.9	50.0	23.3	21.1	1.7	تقدم الأخبار بإنصاف
2	0.973	2.96	5.0	27.2	30.6	33.9	3.3	تقدم الأخبار بخبرة مناسبة
5	1.063	3.28	9.4	42.8	17.8	26.7	3.3	تقدم الأخبار بأمانة دون تشويه الحقائق
2	1.035	2.96	5.0	33.9	16.7	41.7	2.8	تقدم الأخبار بوضوح
4	1.051	3.25	8.3	42.2	18.9	27.2	3.3	تقدم الأخبار بحسن من المسؤولية إزاء الجمهور
2	0.999	2.96	5.0	30.0	23.9	38.3	2.8	تقدم الأخبار بكفاءة

تفيد البيانات الواردة في جدول رقم (11) بأن تقييم أفراد العينة لأبعاد مصادقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية كان بدرجة "متوسط"، وتراوحت متوسطات اجاباتهم بين (2,87) و(3,60). وجاءت هذه النتيجة مغايرة للنتيجة التي بينتها دراسة كامل (1998) ومفادها أن تقييم افراد عينة دراسته لأبعاد مصادقية الأخبار التلفزيونية في التلفزيون المصري) قناة حكومية) كان "مرتفعاً".

ويبين الجدول أن الأبعاد التي حلت بالمراتب الخمسة الأولى في الأهمية هي: " تقديم الاخبار القريبة والمهمة" احتل المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (2,87)، و" الوضوح" و "الكفاءة" و"الخبرة المناسبة" احتلت المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ (2,96) لكلٍ منها، و "الثقة" احتل المرتبة الثالثة وبمتوسط بلغ ( 3,24)، و "الموضوعية" احتل المرتبة الرابعة وبمتوسط بلغ ( 3,25)، و بالمرتبة الخامسة حل بعد "الأمانة بنقل الأخبار" وبمتوسط بلغ(3,28).

وبالمقابل، احتلت أبعاد "الشمول" و "الاستقلالية" و "الحياد" و"الحرية" المراتب الأربعة الأخيرة الثامنة والتاسعة والعاشر والحادية عشر وعلى التوالي، وبمتوسطات حسابية بلغت (3,37)، و (3,49) و ( 3,50)، و (3,60). أما بعدي "الإنصاف" و "الدقة" فقد احتلا المرتبتين السادسة والسابعة وبمتوسطات حسابية بلغت (3,33) و (3,34) وعلى التوالي.

وجاءت بعض من هذه النتائج متفقة مع بعض من نتائج دراسة العتيبي (2007) من حيث ترتيب أولوية بعد "الحرية" الذي حل بالمرتبة الأخيرة كأقل أبعاد المصداقية الموجودة في القنوات الحكومية، إلا أنها جاءت مختلفة مع بعضها الآخر. كما اتفقت نتائج الدراسة بهذه الجزئية مع نتائج مصطفى (2003) التي هي الأخرى أفادت بأن بعد "الحرية" كان قد حل في أدنى مرتبة بين مراتب أبعاد المصداقية الأخرى.

#### جدول رقم (12)

##### مصادقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة

( الحقيقة ، رؤيا، جوسات، نورمين، سما الأردن، Seven Stars، و A1 Jordan )

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق بشدة		لا أوافق		أوافق		درجة الاتفاق
			نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	
1	0.980	2.37	2.2	17.2	8.3	60.0	12.2	12.2	تقدم الأخبار بسقف عالٍ من الحرية
3	1.076	2.67	2.2	30.6	9.4	48.3	9.4	9.4	تحظى بثقة المشاهد
7	0.978	2.86	3.3	26.1	29.4	35.6	5.6	5.6	تعرض الأخبار بموضوعية
4	1.057	2.69	2.2	28.9	14.4	45.0	9.4	9.4	تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث
13	1.041	3.07	3.3	40.0	22.2	29.4	5.0	5.0	تقدم الأخبار باستقلالية
9	1.046	2.97	4.4	32.8	26.1	29.4	7.2	7.2	تعرض الأخبار بدقة
10	0.957	2.98	2.2	35.0	25.6	33.9	3.3	3.3	تقدم الأخبار بحيادية
5	1.046	2.72	3.9	25.6	16.7	46.7	7.2	7.2	تقدم الأخبار القريبة والمهمة لك
11	0.988	2.99	2.2	35.6	27.8	28.3	6.1	6.1	تقدم الأخبار بإنصاف
10	0.997	2.98	4.4	30.6	29.4	30.6	5.0	5.0	تقدم الأخبار بخبرة مناسبة
8	0.958	2.96	2.2	35.0	25.0	32.8	5.0	5.0	تقدم الأخبار بامتانة دون تشويه الحقائق
6	1.010	2.73	2.2	27.2	20.0	43.3	7.2	7.2	تقدم الأخبار بوضوح
2	1.017	2.64	2.2	24.4	17.8	46.7	8.9	8.9	تقدم الأخبار بحسن من المسؤولية
12	0.957	3.01	2.2	36.7	23.9	34.4	2.8	2.8	تقدم الأخبار بكفاءة

تفيد البيانات الواردة في جدول رقم (12) بأن تقييم أفراد العينة لأبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة كان بدرجة "متوسطة" أيضاً، وتراوح متوسطات أبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة ما بين (2,37) و (3,07). ومن الملفت للنظر أن بعد "الحرية" تصدر جميع أبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة محتلاً للمرتبة الأولى وبمتوسط بلغ (2,37)، وهذا خلافاً لما هو في القنوات الحكومية. و تلاه مباشرة الأبعاد: "المسؤولية الاجتماعية" وبالمرتبة الثانية وبمتوسط بلغ (2,64)، و "الثقة" بالمرتبة الثالثة وبمتوسط بلغ (2,67)، و "الشمول" بالمرتبة الرابعة وبمتوسط بلغ (2,69)، و "تقديم الأخبار القريبة والمهمة" بالمرتبة الخامسة وبمتوسط بلغ (2,72). وبالمقابل احتلت المراتب الخمس الأخيرة الأبعاد التالية: "الدقة بعرض الأخبار" بالمرتبة التاسعة وبمتوسط بلغ (2,97)، و "الخبرة" و "الحياد" اشتركا بالمرتبة العاشرة وبمتوسط حسابي بلغ (2,98) لكل منهما، و "الانصاف" بالمرتبة الحادية عشر وبمتوسط بلغ (2,99)، و "الكفاءة" بالمرتبة الثانية عشر وبمتوسط بلغ (3,01)، و



"الاستقلالية" بالمرتبة الثالثة عشر. والأخيرة وبمتوسط بلغ (3,07). بينما احتلت باقي الأبعاد المراتب السادسة وحتى الثامنة وعلى الشكل التالي: "الوضوح" بالمرتبة السادسة وبمتوسط بلغ (2,73)، و"الموضوعية" بالمرتبة السابعة وبمتوسط بلغ (2,86)، و " الأمانة بنقل الأخبار " بالمرتبة الثامنة وبمتوسط بلغ (2,96).

جدول رقم (13)  
مقارنة بين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والقنوات الخاصة

القنوات			الحكومية			الخاصة		
العنصر			المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
تقدم الأخبار بسلف حال من الحرية			3.60	0.948	11	2.37	0.980	1
تحظى بثقة المشاهد			3.24	0.966	3	2.67	1.076	3
تعرض الأخبار بموضوعية			3.25	0.973	4	2.86	0.978	7
تقدم للتفاصيل الكافية عن الحدث			3.37	1.089	8	2.69	1.057	4
تقدم الأخبار باستقلالية			3.49	1.022	9	3.07	1.014	13
تعرض الأخبار بدقة			3.34	1.084	7	2.97	1.046	9
تقدم الأخبار بحيادية			3.50	1.022	10	2.98	0.957	10
تقدم الأخبار القريبة والمهمة لك			2.87	1.008	1	2.72	1.046	5
تقدم الأخبار بإتصاف			3.33	0.909	6	2.99	0.988	11
تقدم الأخبار بخبرة مناسبة			2.96	0.973	2	2.98	0.997	10
تقدم الأخبار بأمانة دون تشويه الحقائق			3.28	1.063	5	2.96	0.958	8
تقدم الأخبار بوضوح			2.96	1.035	2	2.73	1.010	6
تقدم الأخبار بحسن من المسؤولية إزاء الجمهور			3.25	1.051	4	2.64	1.017	2
تقدم الأخبار بكفاءة			2.96	0.999	2	3.01	0.957	12

وبمقارنة سريعة بين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والقنوات الخاصة، وكما تبينه البيانات الواردة في الجدول رقم (13)، يتضح بأن تقييم أفراد العينة لأبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في كل من القنوات الحكومية والخاصة كان بدرجة "متوسطة"، وقد تراوحت متوسطات ابعاد المصداقية في القنوات الخاصة بين (2,37) و (3,07)، بينما تراوحت في القنوات الحكومية بين (2,87) و (3,60). ويتضح، أيضاً، أن قيم جميع متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة بإستثناء بُعدي " تقديم الأخبار بكفاءة" و "تقديم الأخبار بخبرة مناسبة" كانت أقل من قيم مثيلاتها في القنوات الحكومية، كما أن متوسط مجموع متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة والبالغ (2,83) أقل من متوسط مجموع متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار في القنوات للحكومية والبالغ (3,24). وهذا يعني أن أخبار القنوات التلفزيونية للخاصة، بشكل عام، تحظى بدرجة مصداقية أعلى من تلك التي تحظى بها أخبار القنوات الحكومية من وجهة نظر أفراد العينة. أما فيما يتعلق ببُعدي " تقديم الأخبار بكفاءة" و "تقديم الأخبار بخبرة مناسبة"، فقد تفوقت بهما القنوات الحكومية على القنوات الخاصة.

وما يلتفت الإنتباه أيضاً، أن بُعد "الحرية" احتل المرتبة الأولى بين أبعاد مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة بينما جاء في المرتبة الأخيرة في القنوات الحكومية، بالمقابل جاء بُعد "الاستقلالية" في القنوات الخاصة بالمرتبة الأخيرة، بينما جاء في القنوات الحكومية في المرتبة التاسعة. أي بمعنى أن القنوات الحكومية تتمتع بدرجة من الحرية أقل من القنوات الخاصة، لكن بالمقابل فإنها تتمتع بدرجة من الاستقلالية أعلى من تلك التي تتمتع بها القنوات الخاصة. ويمكن تفسير ذلك على أساس خضوع القنوات الحكومية لقيود ورقابة حكومية أكثر من تلك التي تفرض على القنوات الخاصة، وخاصة في ظل تشريع قوانين مشجعة للاستثمار في قطاع الإعلام كما هو الحال بالنسبة للمدينة الإعلامية على سبيل المثال. كما أن القنوات التلفزيونية الحكومية، ونظراً لتبعيةها للحكومة، فلا تتمتع باستقلالية مالية أو إدارية، وبالتالي فليس بمقدورها وموظفيها الخروج عن إملات وتوجيهات الحكومة. ولكن بالنسبة للقنوات التلفزيونية الخاصة، والتي هي الأخرى قد تخضع أحياناً لتدخلات وإملات أصحابها أو المستثمرين أو كبار المعلنين فيها، يبقى هامش للتمتع بدرجة من الإستقلالية أكبر بعض الشيء من ذلك الموجود في القنوات الحكومية.

2- علاقة القناة التلفزيونية بالسلطة وأثر ذلك على مصداقية الأخبار: ويجيب عن السؤال التالي: هل هناك تأثير لعلاقة السلطة بالقنوات التلفزيونية المحلية الأردنية على آراء أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها تلك القنوات؟

جدول رقم ( 14 )  
تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) للعلاقة بين علاقة القناة بالسلطة  
وبين مصداقية الأخبار

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	متوسط مجموع المتوسطات
علاقة القناة بالسلطة و مصداقية الاخبار (القنوات الحكومية)	بين المجموعات	4829,12	16	301,82	2,85	0,000	45,44
	داخل المجموعات	17053,32	163	104,62			
علاقة القناة بالسلطة و مصداقية الاخبار (القنوات الخاصة)	بين المجموعات	5007,88	8	625,98	5,37	0,000	39,71
	داخل المجموعات	19919,09	171	116,48			

نفيد البيانات الاحصائية الواردة في الجدول رقم (14) بوجود علاقة سلبية بين علاقة القناة التلفزيونية بالسلطة وحكم أفراد العينة على مصداقية الأخبار، إذ تبين أن أفراد العينة اعطوا درجة مصداقية لأخبار القنوات الحكومية أقل من تلك التي اعطوها لأخبار القنوات الخاصة، حيث بلغ متوسط مجموع المتوسطات لأبعاد المصداقية في القنوات الحكومية (45,44) مقابل

(39,71) لمتوسط مجموع المتوسطات لأبعاد المصادقية في القنوات الخاصة، وبفارق 5,33 نقطة لصالح مصادقية اخبار القنوات الخاصة.

3- العلاقة بين الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة وحكمهم على مصادقية الأخبار التلفزيونية الأردنية في كل من القنوات الحكومية والخاصة: ويجيب عن السؤال:

- هل هناك فروق دالة احصائية في حكم افراد العينة على مصادقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة تعزى للمتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة؟

• متغير العمر:

#### جدول رقم (15)

تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير العمر وبين مصادقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
العمر X مصادقية القنوات الحكومية	بين المجموعات	879,88	4	219,97	1,83	0,125
	داخل المجموعات	21002,55	175	120,01		
العمر X مصادقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	138,07	4	345,27	2,56	0,040
	داخل المجموعات	23545,89	175	134,54		

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (15) بما يلي:

- عدم وجود علاقة دالة احصائية عند مستوى 0.05 بين متغير العمر ومصادقية الاخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية.

- وجود علاقة دالة احصائية بين متغير العمر ومصادقية الاخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة حيث بلغت قيمة (ف) (2,56) عند مستوى دلالة 0,040.

#### جدول رقم (16)

اختبار المقارنة المتعدد (LSD) للعلاقة بين متغير العمر وبين مصادقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	الفئات العمرية	المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
العمر X مصادقية القنوات الخاصة	40-31	37,32	-	-
		42,53	-5,20 *	0,021
		44,38	-7,06 *	0,046
	60-51			

وبين جدول اختبار المقارنة المتعدد LSD رقم (16) أن الاختلاف ذا الدلالة الاحصائية كان بين افراد الفئة العمرية الثانية (31-40 سنة) من جهة وبين الفئتين الثالثة (41-50) وبمستوى دلالة 0,021 والرابعة (51-60) وبمستوى دلالة 0,046 من جهة اخرى، وكانت الاختلافات لصالح افراد الفئة العمرية الثانية (31-40) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ

(37,32). ويعني ذلك أن أفراد الفئة العمرية الثانية (31-40) أعطوا درجة مصداقية أعلى لأخبار القنوات التلفزيونية الخاصة من أفراد الفئات الأخرى.

• متغير النوع الاجتماعي:

جدول رقم (17)  
اختبار (T-Test) يبين العلاقة بين متغير النوع الاجتماعي  
وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات النوع الاجتماعي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	مستوى الدلالة
متغير النوع الاجتماعي X مصداقية للقنوات الحكومية	أنثى	21.7	45,05	9,89	-0,25	0,803
	ذكر	78.3	45,55	11,38		
متغير النوع الاجتماعي X مصداقية للقنوات الخاصة	أنثى	21.3	35,15	12,16	-2,77	0,006
	ذكر	78.3	40,97	11,42		

تفيد نتائج اختبار العينات المستقلة (Independent Sample T-Test) الواردة في الجدول رقم (17) ما يلي:

- عدم وجود علاقة دالة احصائية عند مستوى 0.05 بين متغير النوع الاجتماعي ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية للحكومية.
- وجود علاقة دالة احصائية بين النوع الاجتماعي ومصداقية الأخبار في القنوات الخاصة حيث بلغت قيمة (t) (-2,77) عند مستوى دلالة 0,006 ، ولصالح فئة الإناث ذات المتوسط الحسابي الأصغر (35, 15)، أي بمعنى أن الإناث من أفراد العينة أعطت درجة مصداقية أعلى من تلك التي أعطاهما الذكور لأخبار القنوات التلفزيونية الخاصة.

• متغير الحالة الاجتماعية:

جدول رقم (18)  
اختبار (T-Test) يبين العلاقة بين متغير الحالة الاجتماعية  
وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات الحالة الاجتماعية	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة
متغير الحالة الاجتماعية X مصداقية القنوات الحكومية	اعزب	22.8	44,29	9,06	-0,758	0,449
	متزوج	77.2	45,78	11,58		
متغير الحالة الاجتماعية X مصداقية القنوات الخاص	اعزب	22.8	35,95	13,25	-2,35	0,020
	متزوج	77.2	40,82	11,14		

تفيد نتائج اختبار العينات المستقلة (Independent Sample T-Test) الواردة في الجدول رقم (18) ما يلي:

- عدم وجود علاقة دالة احصائيا عند مستوى 0.05 بين متغير الحالة الإجتماعية ومصادقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية.
- وجود علاقة دالة احصائيا بين الحالة الإجتماعية ومصادقية الأخبار في القنوات الخاصة حيث بلغت قيمة (t) (-2,35) عند مستوى دلالة 0,020 ، ولصالح فئة العزاب ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (35,95)، أي بمعنى أن فئة العزاب من افراد العينة أعطوا درجة مصداقية اعلى لأخبار القنوات التلفزيونية الخاصة من تلك التي اعطاها المتزوجون.

● متغير عدد أفراد الأسرة المعالة:

جدول رقم (19)  
تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير عدد افراد الأسرة المعالة وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
متغير عدد افراد الأسرة المعالة X مصداقية القنوات الحكومية	بين المجموعات	1999,94	4	499,98	4,40	0,002
	داخل المجموعات	19882,49	175	113,61		
متغير عدد افراد الأسرة المعالة X مصداقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	2212,82	4	553,20	4,26	0,003
	داخل المجموعات	22714,15	175	129,79		

جدول رقم (20)  
اختبار المقارنة المتعدد (LSD) للعلاقة بين متغير عدد افراد الأسرة المعالة وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

للمحور	فئات عدد افراد الأسرة المعالين	المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
متغير عدد افراد الأسرة المعالة X مصداقية القنوات الحكومية	إثنان فأقل	45,09	-	-
	ثلاثة	44,52	5,26 *	0,032
	أربعة	39,83	-	-
	إثنان فأقل	45,09	-5,26 *	0,032
	خمسة	49,78	-9,95 *	0,000
	سنة فأكثر	47,16	-7,33 *	0,003
متغير عدد افراد الأسرة المعالة X مصداقية القنوات الخاصة	إثنان فأقل	35,43	-	-
	خمسة	43,63	-8,19 *	0,002
	سنة فأكثر	43,19	-7,75 *	0,002
	أربعة	36,50	-	-
	خمسة	43,63	-7,13 *	0,008
	سنة فأكثر	43,19	-6,69 *	0,011

## تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (19)، وبيانات

اختبار المقارنة المتعدد (LSD) الواردة في الجدول رقم (20) بما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين عدد افراد الأسرة المعالة ومصادقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية (الجدول رقم 19) حيث بلغت قيمة (ف) (4,40) عند مستوى دلالة 0,002. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (20) أن الاختلاف ذا الدلالة الاحصائية كان بين افراد الفئة الأولى (إثنان فأقل) وافراد الفئة الثانية (ثلاثة افراد) وبمستوى دلالة 0,032، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثانية (ثلاثة افراد) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (44,52)، أي بمعنى أن درجة المصادقية التي اعطاها افراد الفئة الثانية (ثلاثة افراد) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الأولى (إثنان فأقل). كذلك كان هناك اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (اربعة افراد) من جهة والفئات الأولى (إثنان فأقل) وبمستوى دلالة 0,032، والرابعة (خمسة افراد) وبمستوى دلالة 0,000، والخامسة (ستة افراد فأكثر) وبمستوى دلالة 0,003 من جهة أخرى، وكان الاختلاف لصالح افراد الفئة الثالثة (اربعة افراد) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (39,83)، أي بمعنى أن درجة المصادقية التي اعطاها افراد الفئة الثالثة (اربعة افراد) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الأخرى، ويستنتج من ذلك أن درجة المصادقية التي اعطاها افراد عينة الدراسة لأخبار القنوات الحكومية تتناسب عكسيا مع عدد افراد الأسرة المعالة، فكلما زاد عدد أفراد الأسرة المعالة كلما تناقصت درجة المصادقية التي يعطيها افراد للعينة لأخبار القنوات الحكومية.

- وجود علاقة دالة احصائيا بين متغير العمر ومصادقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة (الجدول رقم 19) حيث بلغت قيمة (ف) (4,26) عند مستوى دلالة 0,003. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (20) أن الاختلاف ذا الدلالة الإحصائية كانت بين افراد الفئة الأولى (إثنان فأقل) من جهة وبين الفئتين الرابعة (خمسة افراد) وبمستوى دلالة 0,002، والخامسة (ستة افراد فأكثر) وبمستوى دلالة 0,002 من جهة أخرى، وكان الاختلاف لصالح افراد الفئة الأولى (إثنان فأقل) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 35,43. ويعني ذلك أن افراد الفئة الأولى (إثنان فأقل) اعطوا درجة مصادقية اعلى لأخبار القنوات التلفزيونية الخاصة من افراد الفئتين الأخرتين الرابعة والخامسة. وتفيد النتائج كذلك بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (اربعة افراد) من جهة والفئات الرابعة (خمسة افراد) وبمستوى دلالة 0,008، والخامسة (ستة افراد فأكثر) وبمستوى دلالة 0,011 من جهة أخرى، وكان الاختلاف لصالح افراد الفئة

الثالثة (اربعة افراد) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (36,50)، أي بمعنى ان درجة المصادقية التي اعطاها افراد الفئة الثالثة (اربعة افراد) لأخبار القنوات الخاصة كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الأخرى.

● متغير الدخل الشهري للأسرة:

جدول رقم (21)

تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير معدل الدخل الشهري وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
متغير معدل الدخل الشهري X مصداقية القنوات الحكومية	بين المجموعات	1197,79	4	299,44	2,53	0,042
	داخل المجموعات	20684,64	175	118,19		
متغير معدل الدخل الشهري X مصداقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	2953,69	4	738,42	5,88	0,000
	داخل المجموعات	21973,28	175	125,56		

جدول رقم (22)

اختبار المقارنة المتعدد (LSD) للعلاقة بين متغير معدل الدخل الشهري وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات معدل الدخل الشهري	المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
متغير معدل الدخل الشهري X مصداقية القنوات الحكومية	750-501	43,18	-	-
	2000-1001	49,66	-6,47 *	0,008
	1000-751	43,66	-	-
	2000-1001	49,66	-6,00 *	0,017
متغير معدل الدخل الشهري X مصداقية القنوات الخاصة	500-301	34,37	-	-
	750-501	39,67	-5,30 *	0,021
	1000-751	39,68	-5,31 *	0,026
	2000-1001	46,78	-12,41 *	0,000
	750-501	46,78	-7,10 *	0,005
	1000-751	46,78	-7,09 *	0,006
	2000-1001	46,78	-7,09 *	0,006
	1000-751	46,78	-7,09 *	0,006

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (21)، وبيانات اختبار المقارنة المتعدد (LSD) الواردة في الجدول رقم (22) بما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين معدل الدخل الشهري للأسرة ومصادقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية (الجدول رقم 21) حيث بلغت قيمة (ف) (2,53) عند مستوى دلالة 0,042. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (22) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد فئة الدخل الثالثة (750-501) وبين افراد فئة الدخل الخامسة (2000-1001) وبمستوى دلالة 0,008، وكانت الاختلافات لصالح الفئة الثالثة (501-750) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (43,18)، أي بمعنى ان درجة المصادقية التي اعطاها افراد الفئة الثالثة (750-501) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي

اعطاها افراد الفئة الخامسة (1001-2000). وتفيد النتائج ايضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد فئة الدخل الرابعة (751-1000) وبين افراد فئة الدخل الخامسة (1001-2000) وبمستوى دلالة 0,017، وكانت الاختلافات لصالح الفئة الرابعة (751-1000) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (43,66)، أي بمعنى ان درجة المصادقية التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (751-1000) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الخامسة (1001-2000). ويستنتج من الاختلافات بين استجابات افراد فئات الدخل هذه وجود علاقة عكسية بين مستوى الدخل ودرجة المصادقية التي اعطاها افراد هذه الفئات لأخبار القنوات الحكومية، أي بمعنى أنه كلما زاد مستوى دخل افراد العينة قلت درجة المصادقية التي يعطونها لأخبار القنوات الحكومية.

- وجود علاقة دالة احصائية بين معدل الدخل الشهري ومصادقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة (الجدول رقم 21) حيث بلغت قيمة (ف) (5,88) عند مستوى دلالة 0,000. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (22) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد فئة الدخل الثانية (301-500) وبين افراد فئات الدخل الثالثة (501-750) وبمستوى دلالة 0,021، والرابعة (751-1000) وبمستوى دلالة 0,026، والخامسة (1001-2000) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثانية (301-500) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (34,37)، أي بمعنى ان درجة المصادقية التي اعطاها افراد الفئة الثانية (301-500) لأخبار القنوات الخاصة كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئات الأخرى، وتوضح النتائج وجود علاقة عكسية بين مستوى الدخل ودرجة المصادقية التي اعطاها افراد هذه الفئات لأخبار القنوات الخاصة، أي بمعنى أنه كلما زاد مستوى دخل افراد العينة قلت درجة المصادقية التي يعطونها لأخبار القنوات الخاصة.

#### ● متغير مدة العضوية في النقابة:

جدول رقم (23)

تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير مدة العضوية في النقابة وبين مصادقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
متغير مدة العضوية في النقابة X مصادقية القنوات الحكومية	بين المجموعات	1513,38	3	504,46	4,35	0,005
	داخل المجموعا	20369,06	176	115,73		
متغير مدة العضوية في النقابة X مصادقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	2400,20	3	800,06	6,25	0,000
	داخل المجموعا	22526,97	176	127,99		



جدول رقم (24)  
اختبار المقارنة المتعدد (LSD) للعلاقة بين متغير مدة العضوية في النقابة  
وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فترات مدة العضوية في النقابة	المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
متغير مدة العضوية في النقابة X مصداقية القنوات الحكومية	5-1	45,69	-	-
	16 سنة فأكثر	52,04	-6,35 *	0,013
	10-6	44,05	-	-
	16 سنة فأكثر	52,04	-7,89 *	0,004
	15-11	41,40	-	-
	16 سنة فأكثر	52,04	-10,64 *	0,001
متغير مدة العضوية في النقابة X مصداقية القنوات الخاصة	5-1	36,97	-	-
	10-6	41,13	-4,16 *	0,041
	16 فأكثر	48,08	-11,11 *	0,000
	10-6	48,08	-6,94 *	0,015
	15-11	37,96	-	-
	16 فأكثر	48,08	-10,12 *	0,002

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (23)، وبيانات اختبار المقارنة المتعدد (LSD) الواردة في الجدول رقم (24) بما يلي:

وجود علاقة دالة احصائيا بين مدة العضوية في النقابة ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية (الجدول رقم 23) حيث بلغت قيمة (ف) (4,35) عند مستوى دلالة 0,005. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (24) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الأولى (5-1 سنوات) وبين افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,013، وكان الاختلاف لصالح الفئة الأولى (5-1 سنوات) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (45,69)، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (5-1 سنوات) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر). كما تفيد النتائج ايضا بوجود اختلافات ذات دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية (6-10 سنوات) وبين افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,004، وكانت الاختلافات لصالح الفئة الثانية (6-10 سنوات) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (44,05). وتفيد النتائج ايضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (11-15 سنة) وبين افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,001، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثالثة (11-15 سنة) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (41,40)، ومن هذه النتائج يتضح ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) لأخبار القنوات الحكومية كانت الأقل على الاطلاق بين جميع تلك التي اعطاها افراد باقي الفئات الأخرى. بينما كانت درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الثالثة (11-15 سنة) لأخبار القنوات الحكومية هي الاعلى بين تلك التي اعطاها افراد باقي الفئات وبلغ متوسط استجابات هذه الفئة (41,40)، تلتها مباشرة استجابات افراد

الفئة الثانية (6-10 سنوات) وبمتوسط حسابي بلغ 44,05 ، ومن ثم استجابات افراد الفئة الأولى (1-5 سنوات) وبمتوسط حسابي بلغ (45,69).

- وجود علاقة دالة احصائية بين مدة العضوية في النقابة ومصادقية الاخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة (الجدول رقم 23) حيث بلغت قيمة (ف) (6,25) عند مستوى دلالة 0,000. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (24) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الأولى (1-5 سنوات) وبين افراد الفئتين الثانية (6-10 سنوات) وبمستوى دلالة 0,041، والرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الاختلاف لصالح الفئة الأولى (1-5 سنوات) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (36,97)، تلتها الفئة الثانية (6-10 سنوات) بمتوسط حسابي بلغ (41,13)، ومن ثم جاءت الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) و بمتوسط حسابي بلغ 48,08 ، أي بمعنى ان درجة المصادقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (1-5 سنوات) لأخبار القنوات الحكومية كانت الأعلى، تلتها تلك التي اعطاها افراد الفئة الثانية (6-10 سنوات)، ومن ثم تلتها تلك التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر). وتفيد النتائج أيضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية (6-10 سنوات) وبين افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,015، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثانية (6-10 سنوات) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ ( 41,13). كما تفيد النتائج بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (11-15 سنة) وبين افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,002، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثالثة (11-15 سنة) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ ( 37,96 )، و يتضح من هذه النتائج ان درجة المصادقية التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) لأخبار القنوات الخاصة كانت الأقل على الإطلاق بين جميع تلك التي اعطاها افراد باقي الفئات الأخرى. بينما كانت درجة المصادقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (1-5 سنوات) لأخبار القنوات الخاصة هي الأعلى بين تلك التي اعطاها افراد باقي الفئات ، تلتها مباشرة استجابات افراد الفئة الثالثة (11-15 سنة) ، ومن ثم استجابات افراد الفئة الثانية (6-10 سنوات) .

#### ● متغير المستوى التعليمي:

جدول رقم (25)

تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير المستوى التعليمي وبين مصادقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
متغير المستوى التعليمي X مصادقية القنوات الحكومية	بين المجموعات	4520,25	5	904,05	9,06	0,000
	داخل المجموعات	17362,18	174	99,78		
متغير المستوى التعليمي X مصادقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	5130,31	5	1026,06	9,01	0,000
	داخل المجموعات	19796,66	174	113,77		

جدول رقم (26)  
اختبار المقارنة المتعدد (LSD) للعلاقة بين متغير المستوى التعليمي  
وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المتغير	فئات المستوى التعليمي	المتوسط الحسابي	المتوسط الانحراف	مستوى الدلالة
متغير المستوى التعليمي X مصداقية القنوات الحكومية	ثانوي فما دون	41,00	-	-
	معهد (كلية متوسطة)	53,00	-12,00 8	0,019
	دبلوم عالي	61,22	-20,22 *	0,000
	دكتوراه	51,35	-10,35 *	0,030
	ماجستير	46,00	7,00 *	0,049
	بكالوريوس	42,49	-	-
	معهد (كلية متوسطة)	53,00	-10,50 *	0,001
	دبلوم عالي	61,22	-18,72 *	0,000
	دكتوراه	51,35	-8,85 *	0,001
	ماجستير	61,22	-15,22 *	0,000
	دكتوراه	61,22	-9,86 *	0,018
	ثانوي فما دون	35,00	-	-
متغير المستوى التعليمي X مصداقية القنوات الخاصة	دبلوم عالي	61,33	-26,33 *	0,000
	معهد (كلية متوسطة)	38,63	-	-
	دبلوم عالي	61,33	-22,69 *	0,000
	بكالوريوس	38,00	-	-
	دبلوم عالي	61,33	-23,33 *	0,000
	دكتوراه	44,41	-6,41 *	0,023
	بكالوريوس	38,00	-	-

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (25)،  
وبيانات اختبار المقارنة المتعدد (LSD) الواردة في الجدول رقم (26) بما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين المستوى التعليمي ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية (الجدول رقم 25) حيث بلغت قيمة (ف) (9,06) عند مستوى دلالة 0,000. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (26) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الأولى (ثانوي فما دون) من جهة وبين افراد الفئات الثانية (كلية متوسطة) وبمستوى دلالة 0,019، والرابعة (دبلوم عالي) وبمستوى دلالة 0,000، والسادسة (دكتوراه) وبمستوى 0,030، وكان الاختلاف لصالح الفئة الأولى (ثانوي فما دون) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 41,00، أي بمعنى ان درجة للمصداقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (ثانوي فما دون) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئات الأخرى. كما تفيد النتائج بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية (كلية متوسطة) وبين افراد الفئة الخامسة (ماجستير) وبمستوى دلالة 0,049، وكانت الإختلافات لصالح الفئة الخامسة (ماجستير) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 46,00. وتفيد النتائج أيضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (بكالوريوس) وبين افراد الفئات الثانية (كلية متوسطة) وبمستوى دلالة 0,001،

والرابعة (دبلوم عالي) وبمستوى دلالة 0,000، والسادسة (دكتوراه) وبمستوى 0,001، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثالثة (بكالوريوس) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 42,49. وتفيد النتائج أيضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الخامسة (ماجستير) وافراد الفئة الرابعة (دبلوم عالي) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الاختلاف لصالح الفئة الخامسة ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 46,00. إضافة الى ذلك كان هناك اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة السادسة (دكتوراه) وافراد الفئة الرابعة (دبلوم عالي) وبمستوى دلالة 0,018، وكان الاختلاف لصالح الفئة السادسة ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 51,35.

- وتفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (25) أيضا بوجود علاقة دلالة احصائية بين المستوى التعليمي ومصادقية الاخبار في القنوات التلفزيونية للخاصة حيث بلغت قيمة (ف) (9,01) عند مستوى دلالة 0,000. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (26) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الأولى (1-5 سنوات) وبين افراد الفئتين الثانية (6-10 سنوات) وبمستوى دلالة 0,041، والرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الاختلاف لصالح الفئة الأولى (1-5 سنوات) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (36,97)، تلتها الفئة الثانية (6-10 سنوات) بمتوسط حسابي بلغ (41,13)، ومن ثم جاءت الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) و بمتوسط حسابي بلغ (48,08)، أي بمعنى ان درجة المصادقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (1-5 سنوات) لأخبار القنوات الحكومية كانت الأعلى، تلتها تلك التي اعطاها افراد الفئة الثانية (16 سنة فأكثر)، ومن ثم تلتها تلك التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر). وتفيد النتائج أيضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية (6-10 سنوات) وبين افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,015، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثانية (6-10 سنوات) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (41,13).

#### ● متغير تخصص الدراسة الدقيق:

جدول رقم (27)  
تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير تخصص الدراسة الدقيق  
وبين مصادقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
متغير التخصص الدقيق X مصادقية القنوات الحكومية	بين المجموعات	1798,24	3	559,41	5,25	0,002
	داخل المجموعات	20084,20	176	114,11		
متغير التخصص الدقيق X مصادقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	1444,63	3	481,52	3,60	0,015
	داخل المجموعات	23482,34	176	133,42		

### جدول رقم (28)

اختبار المقارنة المتعدد (LSD) للعلاقة بين متغير تخصص الدراسة الدقيق وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات التخصص الدقيق للدراسة	المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
متغير التخصص الدقيق X مصداقية القنوات الحكومية	إذاعة وتلفزيون	38,12	-	-
		47,85	-9,72 *	0,001
		48,82	-10,69 *	0,005
	أخرى	43,39	-	-
		47,85	-4,45 *	0,013
متغير التخصص الدقيق X مصداقية القنوات الخاصة	أخرى	37,10	-	-
		42,83	-5,73 *	0,003

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (27)، وبيانات اختبار المقارنة للمتعدد (LSD) الواردة في الجدول رقم (28) بما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين تخصص الدراسة الدقيق ومصادقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية حيث بلغت قيمة (ف) (5,25) عند مستوى دلالة 0,002. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (28) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية (إذاعة وتلفزيون) وبين افراد الفئات الأولى (الصحافة) وبمستوى دلالة 0,001، والثالثة (العلاقات العامة) وبمستوى دلالة 0,005، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثانية (إذاعة وتلفزيون) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (38,12)، أي بمعنى ان درجة المصادقية التي اعطاها افراد الفئة الثانية لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئات الأخرى. كما تفيد النتائج بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الرابعة (أخرى) وبين افراد الفئة الأولى (الصحافة) وبمستوى دلالة 0,013، وكان الاختلاف لصالح الفئة الرابعة (أخرى) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (43,39).
- وجود علاقة دالة احصائيا بين تخصص الدراسة الدقيق ومصادقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة (الجدول رقم 27) حيث بلغت قيمة (ف) (3,60) عند مستوى دلالة 0,015. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (28) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الرابعة (أخرى) وبين افراد الفئة الأولى (الصحافة) وبمستوى دلالة 0,003، وكان الاختلاف لصالح الفئة الرابعة ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (37,10)، أي بمعنى ان درجة المصادقية التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (أخرى) لأخبار القنوات الخاصة كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الأولى (الصحافة).

• متغير مجال العمل:

جدول رقم (29)

تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير مجال العمل وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
متغير مجال العمل X مصداقية القنوات الحكومية	بين المجموعات	4511,79	4	1127,94	11,36	0,000
	داخل المجموعات	17370,64	175	99,26		
متغير مجال العمل X مصداقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	2912,68	4	728,17	5,78	0,000
	داخل المجموعات	220014,29	175	125,79		

جدول رقم (30)

اختبار المقارنة المتعدد (LSD) للعلاقة بين متغير مجال العمل وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات مجال العمل	المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
متغير مجال العمل X مصداقية القنوات الحكومية	صحافة	57,85	-10,70 *	0,006
	إذاعة	47,14	-6,22 *	0,005
	أخرى	57,85	-16,93 *	0,000
	تلفزيون	32,87	-	-
	صحافة	47,14	-14,27 &	0,000
	إذاعة	40,92	-8,04 *	0,013
	علاقات عامة	48,00	-15,12 *	0,017
	أخرى	57,85	-24,98 *	0,000
	صحافة	39,62	-	-
	إذاعة	55,42	-15,80 *	0,000
متغير مجال العمل X مصداقية القنوات الخاصة	إذاعة	36,40	-	-
	أخرى	55,42	-19,02 *	0,000
	أخرى	55,42	-13,61 *	0,008
	تلفزيون	39,62	-16,62 *	0,012
	علاقات العامة	41,81	-18,81 *	0,008
	23,00	55,42	-32,42 *	0,000
	أخرى			
	أخرى			

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (29)، وبيانات اختبار المقارنة المتعدد (LSD) الواردة في الجدول رقم (30) بما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين مجال العمل ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية (الجدول رقم 29) حيث بلغت قيمة (ف) (11,36) عند مستوى دلالة 0,000. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (30) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الأولى (الصحافة) وبين افراد الفئة الخامسة (أخرى) وبمستوى دلالة 0,006، وكان الاختلاف لصالح الفئة الأولى ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 40,92 ، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (الصحافة) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الخامسة (أخرى). كما تفيد

للتنتائج بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (التلفزيون) وبين افراد الفئات الأولى (الصحافة) وبمستوى دلالة 0,00، و الثانية(الإذاعة) وبمستوى دلالة 0,013، والرابعة (العلاقات العامة) وبمستوى دلالة 0,017، والخامسة (أخرى) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثالثة (التلفزيون) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (32,87). وتفيد النتائج أيضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية(الإذاعة) وبين افراد الفئات الأولى (الصحافة) وبمستوى دلالة 0,005، والخامسة(أخرى) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثانية(الإذاعة) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 40,92.

- وجود علاقة دلالة احصائية في الجدول رقم (29) بين مجال العمل ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة حيث بلغت قيمة (ف) (5,78) عند مستوى دلالة 0,000. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (30) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الأولى (الصحافة) وبين افراد الفئة الخامسة (أخرى) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الاختلاف لصالح الفئة الأولى(الصحافة) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (39,62)، أي بمعنى أن درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (الصحافة) لأخبار القنوات الخاصة كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الخامسة (أخرى). كما تفيد النتائج بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية(الإذاعة) وبين افراد الفئة الخامسة (أخرى) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثانية(الإذاعة) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (36,40). وتفيد النتائج أيضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (التلفزيون) وبين افراد الفئة الخامسة (أخرى) وبمستوى دلالة 0,008، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثالثة (التلفزيون) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (41,81). إضافة الى أن النتائج أفادت بوجود اختلاف ذا دلالة إحصائية بين افراد الفئة الرابعة (العلاقات العامة) وبين افراد الفئات الأولى (الصحافة) وبمستوى دلالة 0,012، والثالثة (التلفزيون) وبمستوى دلالة 0,008، والخامسة(أخرى) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الاختلاف لصالح افراد الفئة الرابعة (العلاقات العامة) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (23,00)، أي بمعنى أن درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (العلاقات العامة) لأخبار للقنوات الخاصة كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد للفئة الأخرى.

سائما: مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية بحسب موضوع الخبر:

ويجب عن السؤال رقم (11):

- هل يختلف تقدير أفراد العينة لمصداقية الأخبار التلفزيونية باختلاف موضوع الخبر؟

جدول رقم (31)  
العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وموضوع الخبر

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	مصداقية قليلة جدا		مصداقية قليلة		مصداقية متوسطة		مصداقية عالية		مصداقية عالية جدا		درجة المصداقية / موضوع الخبر
			%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	
8	0.768	3.22	4.4	8	27.2	49	57.8	104	7.8	14	2.8	5	1- الأخبار السياسية
7	0.824	2.95	5.6	10	12.2	22	57.2	103	22.2	40	2.8	5	2- الأخبار الاقتصادية
10	1.144	3.56	24.4	44	30.0	54	28.3	51	11.7	21	5.6	10	3- الأخبار العسكرية
9	1.016	3.49	15.0	27	37.8	68	34.4	62	7.2	13	5.6	10	4- الأخبار الأمنية
5	0.861	2.52	1.7	3	8.3	15	42.2	76	36.7	66	11.1	20	5- الأخبار الثقافية
6	0.911	2.54	1.7	3	8.9	16	46.7	84	27.8	50	15.0	27	6- الأخبار الاجتماعية
2	1.096	2.22	3.9	7	5.0	9	35.0	63	21.7	39	34.4	62	7- الأخبار الرياضية
4	0.908	2.32	1.7	3	3.9	7	41.1	74	32.2	58	21.1	38	8- الأخبار العلمية
3	0.997	2.25	2.8	5	2.2	4	42.2	76	23.3	42	29.4	53	9- الأخبار الفنية
1	0.995	2.20	1.7	3	3.3	6	41.7	75	20.6	37	32.8	59	10- الأخبار الدينية

يوضح الجدول رقم (31) العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وموضوع الخبر الذي تبثه القناة التلفزيونية، و تفيد النتائج الواردة في الجدول أن تقييم افراد العينة لمصداقية الأخبار الدينية، والرياضية، والفنية، والعلمية، كان "مرتفع" وتراوح متوسطاتها الحسابية بين ( 2,20) و ( 2,32)، وكانت الأخبار الدينية أكثر الأخبار مصداقية وبمتوسط بلغ ( 2,20)، تلتها مباشرة الأخبار الرياضية بمتوسط بلغ ( 2,22)، والأخبار الفنية بمتوسط بلغ ( 2,25)، والأخبار العلمية بمتوسط بلغ ( 2,32).

وأما الأخبار الثقافية، و الاجتماعية و الإقتصادية، والسياسية والأمنية والعسكرية فكان تقييم افراد العينة لمصداقيتها "متوسط"، وتراوح متوسطاتها الحسابية بين ( 2,52) و ( 3,56). ويتبين أن الأخبار الأمنية والعسكرية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة كانت أقل الأخبار مصداقية. وقد يعود السبب في ذلك إلى كون الموضوعات الأمنية والعسكرية حساسة و غالبا ما تحيطها السرية، ويخضع إفشائها إلى قواعد قانونية صارمة. وجاءت هذه النتائج متماثلة إلى حد كبير مع دراسة العنبي (2004) والتي بينت أيضا وجود علاقة بين مصداقية الأخبار وبين موضوع الخبر، وبأن الأخبار الأمنية والعسكرية من وجهة نظر افراد عينة دراسته كانت أقل الأخبار مصداقية.



## الخاتمة

تتضمن الخاتمة النتائج و التوصيات المبينة تالياً:

النتائج: اجابت نتائج البيانات الإحصائية الواردة في الجداول المبينة في متن الدراسة عن اسئلة الدراسة، وستعرض أبرز هذه النتائج على النحو التالي:

1- اهم سمات عينة للدراسة تتمثل في أن حوالي ثلثي افراد العينة هم من الشباب الذين لا تتجاوز اعمارهم الأربعين عاماً، و حوالي اربعة اخماسهم من الذكور، و أكثر من ثلاثة ارباعهم متزوجون، و حوالي ثلثيهم يعملون اسراً تتكون من 4 افراد فأكثر، و أكثر من نصفهم بقليل لا تتجاوز دخول اسرهم الشهرية 750 ديناراً و حوالي النصف من هؤلاء لا تتجاوز دخول اسرهم الشهرية 500 ديناراً مما يعكس محدودية وتواضع مداخيل اعضاء نقابة الصحفيين وتحملهم اعباء مالية لإعالة اسرهم الكبيرة. كما أن حوالي ثلاثة ارباع افراد العينة لا تتجاوز مدة عضويتهم في النقابة عشر سنوات، مما يعني طغيان عنصر الشباب على عضوية للنقابة. إضافة إلى ان الغالبية العظمى (90.6%) من افراد عينة الدراسة يحملون درجات جامعية وثلثيها تقريباً (63.3%) في مجال تخصص الصحافة والإعلام ، وأن غالبيتهم العظمى كذلك (96.1%) يعملون في قطاع الصحافة والإعلام.

2- أكثر من ثلثي افراد العينة (67.8%) ابدوا إهتماماً "كبيرا جدا" أو "كبيرا" بمتابعة الأخبار التلفزيونية، وهذا قد يعود إلى كون جميع افراد العينة تقريباً يعملون بمجال الصحافة والإعلام.

3- أكثر من نصف افراد العينة بقليل يشاهدون الأخبار من ساعة إلى ساعتين يوميا، وحوالي ثلثيهم يشاهدون نشرنا اخبار فأكثر يوميا.

4- متابعة افراد العينة لنشرات الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية كانت بدرجة "متوسطة"، بينما كانت بدرجة "متدنية" لنشرات الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة بإستثناء قناتين هما: رؤيا وجوسات، واللتين كانت درجة متابعتهم من قبل افراد العينة بدرجة " متوسطة " أيضا. وهذا يعني تقدم قناة التلفزيون الأردني الحكومية على القنوات الخاصة من حيث حجم المتابعة لنشرات الأخبار، وقد يكون السبب وراء ذلك الى كونها تشكل المصدر الرسمي للأخبار والمعلومات، وليس بالضرورة لكونها أكثر مصداقية.

5- وجود علاقة ايجابية طردية عند مستوى دلالة 0,000، بين مدى الإعتماد ودرجة مصداقية الأخبار لكل من القنوات الحكومية والخاصة، أي بمعنى أنه كلما زادت درجة اعتماد الأفراد على الأخبار والمعلومات التي تقدمها القناة التلفزيونية الاخبارية، كلما زاد تقييمهم ايجابياً لمصداقية الأخبار التلفزيونية لتلك القناة، وبغض النظر عن نوع القناة، فيما إذا كانت حكومية أو خاصة.

6- كانت للدوافع (النفعية)، وخاصة دوافع "معرفة الأخبار المحلية" و " فهم واقع الأحداث الجارية" و " الاستفادة في مجال العمل"، أهم الدوافع وراء مشاهدة افراد العينة للأخبار التلفزيونية، أما الدوافع " الطقوسية" فكانت أقل أهمية بالنسبة لأفراد العينة، وقد يكون ذلك بسبب مهنة افراد العينة والتي تقتضي متابعة مستمرة لمعرفة الأخبار وفهم واقع الأحداث الجارية، وبهذا يحققون اشباعات "المحتوى" أو الاشباعات " التوجيهية" لديهم، وذلك من خلال الحصول على المعلومات، والمنفعة المتعلقة بإتخاذ القرار، واكتشاف الواقع، وحب الاستطلاع، وتأكيد الذات.

7- وجود لتفاق كبير لدى افراد العينة بخصوص أهمية توفر الأبعاد الأربعة عشر للواردة في الجدول رقم(10) لمصداقية الأخبار التلفزيونية. وكان تقييم افراد العينة لجميع أبعاد المصداقية بدرجة "مرتفعة"، وتراوحت المتوسطات الحسابية لإجاباتهم بخصوص هذه الأبعاد ما بين (1,67) و(2,24)، إلا أن درجة أهميتها تفاوتت من بعد إلى آخر، حيث احتلت المراتب الخمسة الأولى، وعلى التوالي، الأبعاد: "المسؤولية الاجتماعية"، و"الحرية"، و "الاستقلالية"، و"الأمانة"، و "الثقة" و "لشمول".

8- جاء تقييم افراد العينة لأبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في كل من القنوات الحكومية والخاصة بدرجة "متوسطة" (جدول رقم 13)، إلا أن قيم جميع متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار في القنوات للخاصة بإستثناء بعدي " تقديم الأخبار بكفاءة" و "تقديم الأخبار بخبرة مناسبة" كانت أقل من قيم مثيلاتها في القنوات الحكومية، كما أن متوسط مجموع متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة والبالغ (2.83) أقل من متوسط مجموع متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والبالغ (3.24). مما يعني أن أخبار القنوات التلفزيونية الخاصة، بشكل عام، تحظى بدرجة مصداقية أعلى من تلك التي تحظى بها أخبار القنوات الحكومية من وجهة نظر افراد العينة.

وما يلفت الإنتباه أيضاً، أن بُعد "الحرية" احتل المرتبة الأولى بين أبعاد مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة بينما جاء في المرتبة الأخيرة في القنوات الحكومية، بالمقابل جاء بُعد "الاستقلالية" في القنوات الخاصة بالمرتبة الأخيرة، بينما جاء في القنوات الحكومية في المرتبة

التاسعة. أي بمعنى أن القنوات الحكومية تتمتع بدرجة من الحرية أقل من القنوات الخاصة، لكن بالمقابل فإنها تتمتع بدرجة من الاستقلالية أعلى من تلك التي تتمتع بها القنوات الخاصة. وقد يكون ذلك بسبب خضوع القنوات الحكومية لقيود ورقابة حكومية أكثر من تلك التي تفرض على القنوات الخاصة، وتبعيتها للحكومة التي تفقدها الاستقلالية المالية والإدارية، وبالتالي فليس بمقدورها وموظفيها الخروج عن أملاء وتوجيهات الحكومة.

9- تبين أن أفراد العينة أعطوا درجة مصداقية لأخبار القنوات الحكومية أقل من تلك التي أعطوها لأخبار القنوات الخاصة، وذلك لارتباط هذه القنوات بالسلطة الحاكمة، مما يعني وجود علاقة سلبية بين علاقة القناة التلفزيونية بالسلطة وحكم أفراد العينة على مصداقية الأخبار التلفزيونية.

10- وجود علاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وموضوع الخبر الذي تبثه القناة التلفزيونية، حيث تبين أن تقييم أفراد العينة لمصداقية الأخبار الدينية، والرياضية، والفنية، والعلمية، كان بدرجة "مرتفع"، وكانت الأخبار الدينية أكثر الأخبار مصداقية. وأما الأخبار الثقافية، والاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية والأمنية والعسكرية فكان تقييم أفراد العينة لمصداقيتها بدرجة "متوسط". وكانت الأخبار الأمنية والعسكرية من وجهة نظر أفراد عينة دراسته أقل الأخبار مصداقية.

11- وجود علاقة دالة احصائية عند مستوى 0.05 بين الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة وحكمهم على مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية في كل من القنوات الحكومية والخاصة، باستثناء متغيرات العمر والنوع الاجتماعي والحالة الاجتماعية وبين مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية.

#### التوصيات:

وفي ضوء النتائج المستخلصة، يمكن تقديم عددا من التوصيات التي قد تسهم في رفع مستوى مصداقية وسائل الإعلام المرئية الأردنية في كل من القنوات الحكومية والخاصة، لكي تصبح مصدرا أساسيا للمعلومات والأخبار التي يتطلع إليها المشاهد، ومن أهمها:

- 1- ضرورة إعداد برامج تدريبية نوعية تضطلع بها وسائل الإعلام الأردنية المرئية لرفع مستوى وكفاءة العاملين فيها خاصة في مجالات أخلاقيات العمل الإعلامي والمصداقية واحدة منها، وذلك لتمكين العاملين في حقل الأخبار من كسب ثقة الجمهور المتلقي، مما يساعد في مواجهة القضايا والمشكلات المهمة التي تواجه المجتمع الأردني، ولإرتقاء العمل الإعلامي بشكل عام.

2- ضرورة العمل على تعزيز بعد الموضوعية في وسائل الإعلام الأردنية المرئية لدى تناولها للقضايا والمشكلات المختلفة، لترفع من مستوى مصداقيتها في نشرها للأخبار ومتابعتها للأحداث.

3- ضرورة العمل على اجراء اصلاحات قانونية على النظام القانوني الإعلامي الصحفي تضمن تعزيز بعدي "الحرية" و "الاستقلالية" لكل من القنوات الحكومية والخاصة.

4- ضرورة إبداء الثقة الحكومية بوسائل الإعلام، وتحريرها من السيطرة الأحادية مهما كانت هذه السيطرة، وتوفير مناخ التعددية وإتاحة الفرصة لجميع افراد وقطاعات المجتمع المدني للتعبير عن نفسها من خلال وسائل الإعلام.

## المراجع

### المراجع العربية:

#### (أ) - المراجع المنشورة:

- أبو إصبع، صالح خليل (2004 م). الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. دار مجدلاوي ، عمان.
- أبو إصبع، صالح خليل (2010 م). الإتصال الجماهيري. دار البركة للنشر والتوزيع، عمان.
- أبو زيد، فاروق (1998 م). فن الخبر الصحفي. ط1. عالم الكتب، القاهرة.
- إسماعيل، محمود، (2003 م). مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير. ط1. الدار العالمية للنشر والتوزيع، الرياض.
- برنامج الامم المتحدة الانمائي. " نحو إقامة مجتمع المعرفة"، تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2003. المكتب الإقليمي العربي، UNDP، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية.
- بو جلال، عبدالله (1991 م). " الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي"، المستقبل العربي. المجلد 146، العدد 4، ص 40-58.
- تركستاني، عبدالعزيز (2004 م). سيكولوجية التأثير والإقناع عبر التلفزيون. الجمعية السعودية للإعلام والإتصال، الرياض.
- الجبور، سناء (2010 م). الإعلام والرأي العام العربي والعالمي. دار اسامة للنشر، عمان.
- الحلواني، ماجد (2005م)، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
- الحميدي، عاصف (2004 م). العمل الإذاعي والتلفزيوني. ط1. المؤلف، ابوظبي.
- روو، وليم آيه. الصحافة العربية: الإعلام الإخباري وعجلة السياسة في العالم العربي، ترجمة: د. موسى الكيلاني، مركز الكتب الأردني، عمان ، 1989م.
- صالح، سليمان (2007 م). ثورة الإتصال وحرية الإعلام. مكتبة الفلاح ، عمان.
- العبد، نهى، (2005 م). أطفالنا والقنوات الفضائية. ط1. دار الفكر العربي، القاهرة.
- عبدالحميد، محمد (2000م). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط2. عالم الكتب، القاهرة.
- عبد الرحمن، عواطف (1980 م). " دور الإعلام المصري في صياغة الرأي العام"، قضايا عربية، مجلد 7، العدد 12.

- عبد الله، عزه عبد العزيز (2006 م). *مصادقية الاعلام العربي*. دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- العربي، عثمان (2005م). "مصادقية الصحافة الإلكترونية العربية لدى الجمهور السعودي: دراسة مسحية على متصفح الصحافة الإلكترونية في مدينة الرياض"، مؤتمر *صحافة الإنترنت في العالم العربي*، كلية الإتصال، جامعة الشارقة، الشارقة.
- العزام، عبدالمجيد و هادية خزنة كاتبي (2010م). "اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي: دراسة استطلاعية"، *مجلة جامعة دمشق*، المجلد 26، العدد (الثالث والرابع).
- علم الدين، محمود (1989م). *مصادقية الاتصال*. دار الوزان للطباعة والنشر، القاهرة.
- علي، خالد صلاح الدين حسن (2006م). "مستويات مصادقية وسائل الاعلام المصرية لدى الجمهور المصري: دراسة كمية/ كفية في إطار النموذج البنائي للمصادقية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة للقاهرة، العدد 26: 127-179.
- عيسائي، رحيمة الطيب (2008م). *مدخل الى الاعلام والاتصال*. عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان.
- القحص، خالد (يوليو/ 2007م). "الحيادية في وسائل الاعلام"، *جريدة الوطن*، العدد 3679، الكويت.
- القرني، علي بن شويل (2003م). *معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية: دراسة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة*. جامعة الملك سعود، الرياض.
- كامل، آمال (1998م). "مصادقية التلفزيون"، *المجلة الإجتماعية القومية*، القاهرة، المجلد 35، العدد 2.
- الكلالدة، ظاهر، و جودة، محفوظ (1999م). *اساليب البحث العلمي*. دار زهران للنشر والتوزيع، عمان.
- نوير، عبد السلام. (1998 م). "مصادقية الإذاعة لدى الجمهور المصري الإذاعة المصرية العربية الأجنبية الناطقة بالعربية: دراسة مقارنة"، *المجلة الإجتماعية القومية*، القاهرة، المجلد 35، العدد 2.
- مزيد، محمود احمد (2008م). *التلفزيون والطفل*. الدار العالمية للنشر، القاهرة.
- محمود، حسن اسماعيل (2004م). "استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الترفيهية والشباعات المتحركة"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، 5 (2).
- مصطفى، هويدا (2003م). "مصادقية وسائل الاعلام كما تراها النخبة في مصر: دراسة حالة للتغطية الاعلامية للحرب على العراق"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، العدد (21): 1-74.

- مكاي، حسن (1994م). أخلاقيات العمل الاعلامي: دراسة مقارنة. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- مكاي، حسن عماد، و السيد، سعيد محمد (1998م). الاتصال ونظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- مكاي، حسن عماد، و الشريف، محمد، (2000م). نظريات الاعلام. ط1. مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة.
- الموسى، عصام (1995م). المدخل في الاتصال الجماهيري. ط3. مكتبة الكتاني، اربد.
- الموسى، عصام (2012م). المدخل في الاتصال الجماهيري. ط7. إثراء للنشر والتوزيع، عمان.
- الموسى، عصام (حزيران، 2010م). " الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي على مفترق طرق"، المستقبل العربي، المجلد 33، العدد 376 ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- مهنا، فريال (2002م). علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية. دار الفكر المعاصر، بيروت.
- نصار، سهام (2003م). " تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية"، مؤتمر أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق. ج4. كلية الاعلام، جامعة القاهرة ( مايو 2003م).
- الهاشمي، محمد هاشم (2011). الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل. ط1. دار المستقبل للنشر، عمان.
- همشري، عمر (1990). " اتجاهات طلبة علم المكتبات نحو مهنة المكتبات في الأردن " ، مجلة دراسات ،الجامعة الأردنية، مجلد 17 أ، عدد 3.

#### (ب)- دراسات غير منشورة:

- بواعنة، رياض (1999م). نشرة الاخبار الرئيسية في التلفزيون الاردني باللغة العربية- القناة الاولى، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد.
- حرب، قبلان عبده (2008م). اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الاخبارية في التلفزيون الاردني، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط ، عمان.
- الحسن، نديم ربحي (2008م). اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان.
- العتيبي، نائف مطلق فهد (2007م). مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود : دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، رسالة

ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

- عريقات، أحمد (2007م). دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان.
- العلاوين، لبنى (2009م). تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية: مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية "نموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان.
- المهداوي، فارس حسن (2009م). اخبار العراق في الفضائيات العربية، رسالة دكتوراه، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدمارك.

#### مواقع إلكترونية أُشير إليها في متن الدراسة:

- ابسوس ستات الأردن للأبحاث: (<http://www.lpsos.com>) لا يوجد رابط كون الموقع لشركة خاصة، ويمكن الحصول على المعلومات بالتواصل مع الشركة من خلال الموقع الإلكتروني المذكور، أو على عنوان الشركة التالي: شارع الشهيد وصفي التل، عمان، الأردن).
- نقابة الصحفيين الأردنيين: (<http://www.jpa.jo/arabic/default.aspx>)
- دليل للفتوات العربية للفضائية، (<http://www.tv-arab.net/PHP/index.php5?p=sender&m=all>)
- المركز الأردني لأبحاث الاتصال، ([www.jcmcr.com/t](http://www.jcmcr.com/t))
- (المركز الأردني للإعلام، <http://www.jordan.jo>)
- قانون نقابة الصحفيين رقم 15 لسنة 1998، موقع نقابة الصحفيين الأردنيين: (<http://www.jpa.jo/arabic/default.aspx>)
- تصريحات رئيس الوزراء عبدالله النسر حول الدعم النقدي للأسر محدودة الدخل: ([http://anbamoscw.com/aworld\\_economy/20121113/377962978.html](http://anbamoscw.com/aworld_economy/20121113/377962978.html))
- (<http://www.akhbaralarab.net/index.php/varieties/31389-2011-01-06-21-27-56>)
- (<http://ar.wikipedia.org/wiki>)
- <http://www.alittihad.ae/wajhatdetails.php?id=63691#ixzz2EkgAZg9S>
- <http://www.facebook.com.roya.t>
- <http://www.jcmcr.com/?t=Guide&type=sat&order=asc&sort=name&page=12>
- <https://www.facebook.com/JOSAT.TV>
- [http://jomews.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=18363&Itemid](http://jomews.com/index.php?option=com_content&task=view&id=18363&Itemid)
- 130
- <http://factjo.com/pages/page.aspx?id=1&id2=0>
- <http://www.facebook.com/A1Jordan/info>



- الموسى، "الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي على مفترق طرق  
(catu56.org/show3.php?page=show1.php&showit=977&table.)

### المراجع الأجنبية:

- Abdullah, Rasha A. et.al., (2002), "**The Credibility of Newspapers, TV and Online NEWS**". USA, School of Communication, University of Miami, <http://www.miami.edu/comicar/miamibeach.htm>.
- Andaleeb, Syed Saad , et., al., ( 2009), " Credibility of TV News In a Developing Countries: The Case of Bangladesh", **Journalism and Mass Communication Quarterly**, 89 (1) 73-90. , <http://jmcq.sagepub.com>
- Anderson, K. & Clevenger, Theodore Jr., (June, 1963), " A Summary of Experimental Research on Ethos", **Speech Monographs**, 30: 59-78.
- Bradly D.J. (1997). "Enhancing the Credibility of Media Institutions: An Experimental Analysis Involving Local Television News Organizations and the World Wide Web ",The University of Tennessee, Knoxville U.S., **Dissertation Abstracts International**, vol.60-08A, #AAI9944231, p.2724.
- Dube, Richard, (1998), "Focus of Attention: A Behavioral Perspective on Media Credibility", (online), [http:// www. Scientific\\_Papers/ academic88/focus of attention/ Richard Dube/html](http://www.ScientificPapers/academic88/focusofattention/RichardDube/html), pp.1-10.
- Gaziano, Cecil., and McGrath, Kristin. (1986, Autumn). " Measuring the Concept of Credibility". **Journalism Quarterly**, 63(3), 451-462.
- Gillespie, M., ( 2004), " Media Credibility Reaches Lowest Point in Three Decades" , ( Online), available: [http:// www. Gallup. Com/ Poll/ Content/Login. Aspx? CI=13132](http://www.Gallup.Com/Poll/Content/Login.Asp?CI=13132), pp.1-5.
- Goldfarb, B., (2003), "Journalistic Credibility in Deceptive Times: Reporters And Publishers Face A Newly Cynical Public", (online), available: [www. Brucegoldfarb. Com/ August Eye\\_Goldfarb](http://www.Brucegoldfarb.Com/AugustEye_Goldfarb).
- Gunther, C. A., (1992), " Biased Press or Biased Public? Attitudes Toward Media Coverage of Social Groups", **Public Opinion Quarterly**, Vol.56, No. 2.
- Hovland, Carl and Weiss, Walter, (Winter, 1951), " The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness", **Public Opinion Quarterly**, 15: 635-650.
- Infante, Dominic A. (Spring, 1980), " The Construct Validity of Semantic Differential Scales for the Measurement of Source Credibility", **Communication Quarterly**, 28: 19-26.

- Katz, D., " The Functional Approach to the Study of Attitudes", *Public Opinion Quarterly* , 1960 ( 24 ), pp. 163–204.
- Kuldip R. Rampal and W.Clifton Adams,( September 1990), "Credibility of the Asian News Broadcasts of the Voice of America and the British Broadcasting Corporation", *GAZETTE*, vol.46, No.2, pp.93–109.
- Lee, Raymond S.( Summer,1975), " The Credibility of Newspaper and TV News", *Journalism Quarterly*, Vol.55, pp.282–83.
- Major, M. Ann & Atwood, L. Erwin, (1997), "Changes In Media Credibility When A Predicted Disaster Doesn't Happen", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol.74, #4, pp. 797–813.
- Meyer, Philip,( Autumn 1988), "Defining and Measuring Credibility of Newspapers: Developing an Index", *Journalism Quarterly*, Vol.65, pp.567–589.
- Mullainathan, S., & Shleifer, A., (2002), " Media Bias", (Online), available: <http://www.Posteconomics.Harvard.Edu/Faculty/Shleifer/Papers/Mediabias.html>. Pp. 3–5.
- Nafziger, Ralph & White, David (1983), *Introduction of Mass Communication Research*, Louisiana State Univ. Press.
- Rugh, William A. (2004), *Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television In Arab Politics*, Westport, CT: Praeger.
- Selbert, Thomas, C., Peterson, Theodor, & Schramm, Wilbur(1963), *Four Theories of The Press*, Urbana, University of Illinois Press.
- Smith, Brewster, " Political Attitudes", In Jeanne Knuston (ed), *A Handbook of Political Psychology*. Worcester. 1973.
- Thomas, C.,(2004), "The Media's Trust Problem", (Online), available: <http://www.Townhall.Com/Opinion/Calthomas/2004/09-29-13174/html>. Pp 1–10.

## ملحق رقم (1)

### الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

السيدات والسادة أعضاء نقابة الصحفيين المحترمين،  
تحية طيبة وبعد،

يجري الباحث دراسة علمية بعنوان : " مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة " ، وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، بكلية الإعلام في جامعة اليرموك. ونظرا لأهمية رأيكم كإعلاميين مختصين، وأثره في دراسة وتقييم مصداقية القنوات الفضائية الأردنية، فأرجو منكم الإجابة على أسئلة الاستبانة المرفقة، علماً أن الإجابات ستستخدم لغايات البحث العلمي فقط. ولا يسعني في الختام إلا أن أشكركم ايها الاخوة منتسبي نقابة الصحفيين الأردنيين، واقدر لكم ما سبذلونه من وقت وجهد في تعبئة هذه الاستبانة، سائلا المولى عزوجل أن يديم عليكم الصحة والعافية، ويوفقكم لكل خير وعطاء.

وتفضلوا بقبول وافر الشكر والعرفان،،

الباحث / عبدالخالق عبدالمجيد العزام

هاتف (0788660186)

• الجزء الأول: البيانات الشخصية الأساسية:

(يرجى وضع علامة X في المكان المخصص أمام الاختيار المناسب)

1- العمر: ( ) 30 سنة فما دون ( ) 31-40 سنة ( ) 41-50 سنة ( ) 51-60 ( ) 61 فأكثر

2- النوع الاجتماعي: ( ) أنثى ( ) ذكر

3- الحالة الاجتماعية: ( ) أعزب ( ) متزوج ( ) مطلق ( ) أرمل

4- عدد أفراد اسرتك التي تعيشها: ( ) إثنان فأقل ( ) ثلاثة ( ) أربعة ( ) خمسة ( ) ستة أفراد فأكثر

5- معدل الدخل الشهري بالدينار الأردني: ( ) 300 دينار فما دون ( ) 301 - 500 ( ) 501-750

( ) 751-1000 ( ) 1001-2000 ( ) أكثر من 2000 دينار

6- مدة فترة العضوية في النقابة: ( ) 1-5 سنوات ( ) 6-10 سنوات

( ) 11-15 سنة ( ) 16 سنة فأكثر.

7- المستوى التعليمي: ( ) ثانوي فما دون ( ) كلية متوسطة ( ) بكالوريوس

( ) دبلوم عالي ( ) ماجستير ( ) دكتوراه.

8- تخصص دراستك الدقيق: ( ) صحافة ( ) إذاعة وتلفزيون ( ) علاقات عامة

( ) أخرى، اذكرها لطفاً .....

9- مجال العمل الحالي: ( ) الصحافة ( ) الإذاعة ( ) التلفزيون ( ) العلاقات العامة

( ) أخرى، اذكرها لطفاً: .....

• الجزء الثاني: متابعة نشرات الأخبار:

(يرجى وضع علامة X في المكان المخصص أمام الاختيار المناسب)

1- هل تشاهد القنوات التلفزيونية الإخبارية الأردنية: ( ) نعم ( ) لا

(إذا كنت لا تشاهد فأرجو التوقف عن الإجابة عند هذا الحد وشكراً لكم).

1- كم من الوقت تقضيه في المعدل عادة في مشاهدة القنوات التلفزيونية الإخبارية الأردنية في يوم من أيامك

الاعتيادية؟ ( ) أقل من ساعة ( ) من ساعة إلى ساعتين ( ) أكثر من ساعتين

2- ما مدى اهتمامك بمتابعة نشرات الأخبار بشكل عام؟

( ) كبير جداً ( ) كبير ( ) متوسط ( ) قليل ( ) قليل جداً

3- كم نشرة إخبارية تلفزيونية عادة تشاهد في اليوم؟

( ) نشرة واحدة ( ) نشرتين ( ) 3 نشرات ( ) أكثر من 3 نشرات

( ) لست منتظماً في مشاهدة نشرات الأخبار.

4- الرجاء تبيان درجة متابعتك لنشرات الأخبار من خلال القنوات التلفزيونية الأردنية التالية:

درجة المتابعه	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
القناة					
1- التلفزيون الأردني					
2- الفضائية الأردنية					
3- الحقبقة					
4- رؤيا					
5- جوسات					
6- نورمينا					
7- سفن ستارز (Seven Stars)					
8- سما الأردن					
9- A1 Jordan					

• الجزء الثالث: دوافع التعرض للأخبار على القنوات التلفازية الأردنية :  
 5- ما الدوافع التي تجعلك تشاهد البرامج الإخبارية في القنوات التلفزيونية المحلية الأردنية؟  
 (يرجى وضع علامة x في المكان المخصص لكل فقرة)

درجة الدافع	عالية جدا	عالية	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
الدوافع					
1- فهم واقع الأحداث الجارية					
2- معرفة الاخبار المحلية					
3- معرفة ثقافات جديدة					
4- معرفة السلع والخدمات من خلال الاعلانات					
5- الاستفادة في مجال العمل					
6- التسلية والترفيه					
7- اكتساب مهارات جديدة					
9- القدرة على التصرف في المواقف المختلفة					
10- الإلتحاق على العالم					
12- الحصول على موضوعات تنمي قدرة الحوار مع الآخرين					
13- اشاهد الأخبار بحكم العادة					

• الجزء الرابع: ابعاد المصادقية: (يرجى وضع علامة x في المكان المخصص امام الاختيار المناسب)  
٦- فيما يلي قائمة بأهم ابعاد المصادقية " وتلخيص لتعريفاتها المتعارف عليها بين الباحثين " : بين  
لطفاً درجة اتفاقك مع كل بعد:

لا اوافق بشدة	لا اوافق	لا رأي	أوافق	أوافق بشدة	درجة الموافقة
					البعد
					1- الحرية (عدم وجود قيود حكومية تحد من إمكانية التعبير وإبداء الرأي)
					2- الثقة (الموثوقية في مصدر الخبر)
					3- الموضوعية (التجرد والنزاهة والتوازن في نشر الخبر)
					4- الشمول (تقديم جميع عناصر الخبر)
					5- الاستقلالية (عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة)
					6- الثقة (إثبات المصدر والتواريخ والأرقام والإحصاءات)
					7- الحياد (تقديم الأخبار دون انحياز من طرف المرسل)
					8- الإصاف في تقديم الخبر
					9- القرب من الخبر أو الحدث
					10- الخبرة (المعرفة الواسعة في مجال الإعلام)
					11- الأمانة (تقديم الخبر كما هو دون تشويه الحقيقة)
					12- الوضوح (في اللغة والأفكار وطريقة إذاعة الخبر)
					13- المسؤولية الاجتماعية (تناول الأحداث التي تمس مصالح الجمهور)
					14- الكفاءة (إذاعة الأخبار بمهنية إعلامية)

• الجزء الخامس: مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية: (يرجى وضع علامة x في المكان المخصص امام الاختيار المناسب)  
٧ - القنوات الحكومية: إذا كنت تتابع نشرات الأخبار في أي من القنوات الأردنية الحكوميتين  
التاليتين (التلفزيون الأردني و الفضائية الأردنية): بين درجة اتفاقك حول ابعاد المصادقية التالية:

لا اوافق بشدة	لا اوافق	لا رأي	أوافق	أوافق بشدة	درجة الاتفاق
					الابعاد
					1- تقدم الأخبار بسقف عال من الحرية
					2- تحظى بثقة المشاهد
					3- تعرض الأخبار بموضوعية
					4- تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث
					5- تقدم الأخبار باستقلالية
					6- تعرض الأخبار بدقة
					7- تقدم الأخبار بحيادية
					8- تقدم الأخبار القريبة والمهمة لك
					9- تقدم الأخبار بإنصاف
					10- تقدم الأخبار بخبرة مناسبة
					11- تقدم الأخبار بأمانة دون تشويه الحقائق
					12- تقدم الأخبار بوضوح
					13- تقدم الأخبار بحس من المسؤولية إزاء الجمهور
					14- تقدم الأخبار بكفاءة

٨ - القنوات الخاصة: إذا كنت تتابع نشرات الأخبار في أي من القنوات الأردنية الخاصة التالية:  
(الحقيقة ، و رؤيا، جوسات، نور مينا، سلفن ستارز (Seven Stars)، سما الأردن، و (AI Jordan): بين  
لطفاً درجة اتفاقك حول ابعاد المصادقية التالية:

لا اوافق بشدة	لا اوافق	لا رأي	اوافق	اوافق بشدة	درجة الاتفاق الابعاد
					1- تقدم الأخبار بسقف عال من الحرية
					2- تحظى بثقة المشاهد
					3- تعرض الأخبار بموضوعية
					4- تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث
					5- تقدم الأخبار باستقلالية
					6- تعرض الأخبار بدقة
					7- تقدم الأخبار بحيادية
					8- تقدم الأخبار القريبة والمهمة لك
					9- تقدم الأخبار بإنصاف
					10- تقدم الأخبار بخبرة مناسبة
					11- تقدم الأخبار بأمانة دون تشويه الحقائق
					12- تقدم الأخبار بوضوح
					13- تقدم الأخبار بحس من المسؤولية إزاء الجمهور
					14- تقدم الأخبار بكفاءة

• الجزء السادس: مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية بحسب الموضوعات التي تقدمها:  
٩- فيما يلي قائمة بموضوعات الخبر المتنوعة التي تبثها قنوات التلفزة المحلية الأردنية: بين لطفاً  
درجة مصداقية كل منها من وجهة نظرك؟  
(يرجى وضع علامة x في المكان المخصص أمام الخيار المناسب)

موضوع الخبر	درجة المصادقية	مصادقية عالية جداً	مصادقية عالية	مصادقية متوسطة	مصادقية قليلة	مصادقية قليلة جداً
1- الأخبار السياسية						
2- الأخبار الاقتصادية						
3- الأخبار العسكرية						
4- الأخبار الأمنية						
5- الأخبار الثقافية						
6- الأخبار الاجتماعية						
7- الأخبار الرياضية						
8- الأخبار العلمية						
9- الأخبار الفنية						
10- الأخبار الدينية						